

Kulturplanlegging i Bjørvika

En studie av kultur som strategi for byutvikling

Line Thuen Nielsen



Masteroppgave i samfunnsgeografi

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

UNIVERSITETET I OSLO, Mai 2009

Det første bildet på forsiden er av operaen.¹ Det andre bildet er en illustrasjon av den kommende gondolbanen fra Munch/Stenersenmuseet til Ekeberg.² Vinnerutkastet for Munch/Stenersenmuseet vises nede til venstre.³ Det siste bildet viser vinnerutkastet til Deichmanske Hovedbibliotek.⁴

¹ http://mm.aftenbladet.no/multimedia/dynamic/00226/bjorvika_jpg_226916m.jpg. 29.04.09. Kl.10:59.

² http://media.aftenposten.no/archive/00016/null_16720a.jpg. 29.04.09. Kl. 10:55.

³

[http://www.kulturetaten.oslo.kommune.no/getfile.php/Kulturetaten%20\(KUL\)/Internett%20\(KUL\)/Bilder/Illustrasjonsbilder/Lambda_Munch-Stenersenmuseet.bmp%20\(300x245\).bmp](http://www.kulturetaten.oslo.kommune.no/getfile.php/Kulturetaten%20(KUL)/Internett%20(KUL)/Bilder/Illustrasjonsbilder/Lambda_Munch-Stenersenmuseet.bmp%20(300x245).bmp). 29.04.09. Kl. 11:05.

⁴ Deichman: <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/ostlandssendingen/1.6547651>. 29.04.09. Kl. 11:09.

Forord

En masteroppgave skrives i samarbeid med mange. Det er flere som fortjener en takk for at dette prosjektet nå er ferdig. Først vil jeg takke min veileder ved Universitetet i Oslo, Per Gunnar Røe, for alle innspill og med god oppfølging underveis. En stor takk vil jeg også rette til min veileder ved NIBR, Ragnhild Skogheim, som har engasjert seg i oppgaven min, kommet med konstruktive tilbakemeldinger og gjort meg oppmerksom på unødvendige ”taktskift” i teksten. Begge to har vært til stor hjelp.

Informantene mine fortjener en stor takk for å ha vært svært imøtekommende, for den informasjonen de har gitt og ikke minst for å gi meg en følelse av at jeg har skrevet om et dagsaktuelt og viktig tema. Samtalene med dem har gitt meg motivasjon til å skrive denne masteroppgaven.

Studiemiljøet i tredje etasje på Harriet Holters Hus har vært unikt, og gjort at en bergenser i by'n fort har følt seg velkommen her. Det har blitt mange gode stunder både på pauserommet og lesesalen, med blant annet kakemandager, quiz-lunsjer og lange arbeidsdager (med rødvin). Takk til dere for å ha gjort studietiden på Blindern til en flott tid.

Til slutt vil jeg takke venner og familie. Dere har vært viktige. En spesiell takk til Siri, mamma og pappa for oppmuntring til å ”stå på”. Takk til Snorre for engasjement, gjennomlesninger og språkvask, men også for å være en del av en hverdag som handler om helt andre ting.

Da gjenstår det vel bare å si takk for meg. Jeg vil samtidig benytte anledningen til å slå et slag for å skrive masteroppgave på normert tid. Om det ikke er nødvendig, så er det i hvert fall mulig. God sommer!

Line Thuen Nielsen.

Oslo, mai 2009.

Innholdsfortegnelse⁵

FORORD	3
INNOLDSFORTEGNELSE.....	4
BILDE- OG FIGUROVERSIKT	8
FORKORTELSER	9
1. INNLEDNING	10
1.1 TEMA FOR OPPGAVEN	12
1.2 PROBLEMSTILLINGER.....	13
2. TEORETISKE PERSPEKTIVER	15
2.1 BYPOLITIKK I ENDRING	15
2.1.1 Nyliberal politikk.....	15
2.1.2 Kultur som entreprenørstrategi.....	16
2.1.3 Et eksempel på entreprenørstrategi i praksis: "Danmarks kreative potensiale"	19
2.2 KULTURBEGREPET.....	20
2.2.1 Kulturplanlegging	23
2.2.2 Sjøfrontsutvikling	24
2.3 IMAGEBYGGING OG STEDSMARKEDSFØRING	25
2.3.1 Imagebygging som en del av en helhetlig visjon	27
2.4 STEDSMARKEDSFØRING.....	28
2.4.1 Det kreative image	30
2.4.2 Det marginaliserende image?	31

⁵ Oppgavens lengde er: 39 803 ord.

2.4.3	<i>Risiko forbundet med å kopiere en suksess-strategi</i>	33
2.5	NYE STYRINGSFORMER: FRA ”GOVERNMENT” TIL ”GOVERNANCE”	34
2.5.1	<i>Governance-strukturer</i>	35
2.5.2	<i>Nyliberal forståelse av governance</i>	35
2.5.3	<i>Svekket offentlig styring</i>	37
2.5.4	<i>Governance-struktur som et demokratiserende element</i>	39
2.6	OPPSUMMERING	40
3.	METODOLOGISKE OG METODISKE VALG	41
3.1	KVALITATIV FORSKNING	41
3.1.1	<i>Forskningsdesign og problemstillinger</i>	42
3.2	CASESTUDIE SOM FORSKNINGSSTRATEGI.....	43
3.2.1	<i>Bjørvika som case</i>	43
3.2.2	<i>Ulike hensikter med case-studier</i>	44
3.3	INNSAMLING AV DATA: DOKUMENTANALYSE OG INTERVJU	45
3.3.1	<i>Strategisk utvalg av informanter</i>	46
3.3.2	<i>Rekruttering av informanter</i>	48
3.3.3	<i>Den praktiske gjennomførelsen av intervjuene</i>	50
3.4	ANALYSEARBEIDET	52
3.4.1	<i>Posisjonalitet</i>	53
3.4.2	<i>Vurdering av forskningens kvalitet</i>	54
4.	MOT EN KULTURPLANLEGGING I BJØRVIKA	57
4.1	FRA HAVN TIL BYDEL	57
4.2	BJØRVIKA – EN DEL AV FJORDBYVISJONEN	59
4.2.1	<i>Et offentlig-privat samarbeid</i>	60

5.	UTVIKLING AV EN KULTURSTRATEGI FOR BJØRVIKA	64
5.1	FORANKRING OG VISJONER	64
5.1.1	<i>Kulturpolitikk blir til kulturstrategi: samlokalisering av kulturinstitusjoner</i>	<i>69</i>
5.1.2	<i>Visjonen om en levende bydel</i>	<i>76</i>
5.1.3	<i>Frykten for en "død bydel"</i>	<i>78</i>
5.2	OPPSUMMERING	80
6.	IMAGEBYGGING OG STEDSMARKEDSFØRING I BJØRVIKA	82
6.1	BJØRVIKA SOM MERKEVARE.....	82
6.2	OSLO KOMMUNES PROFILERING AV BJØRVIKA.....	85
6.3	MARKEDSSTYRT PROFILERING AV BJØRVIKA	89
6.4	BLIR BJØRVIKA EN STANDARD MERKEVARE?	92
6.5	OPPSUMMERING	94
7.	ENDREDE ROLLER I BYPLANLEGGING.....	96
7.1	SAMARBEID MELLOM KULTUR OG NÆRING	96
7.2	INITIATIV TIL KULTURSATSING I BJØRVIKA	97
7.2.1	<i>Samarbeid rundt oppfølging av kulturoppfølgingsprogrammet.....</i>	<i>98</i>
7.2.2	<i>Oppnådde resultater av samarbeidet rundt temporære kulturtiltak.....</i>	<i>100</i>
7.2.3	<i>Avtagende interesse.....</i>	<i>101</i>
7.3	KULTURDIMENSJONENS FORANKRING HOS AKTØRENE	102
7.3.1	<i>Utfordringer med kultursatsing innenfor et offentlig-privat partnerskap</i>	<i>105</i>
7.3.2	<i>Svekket offentlig styring</i>	<i>107</i>
7.4	OPPSUMMERING	110
8.	KONKLUSJONER.....	111
8.1	KULTURSTRATEGI FOR BJØRVIKA.....	111

8.2	IMAGEBYGGING OG STEDSMARKEDSFØRING.....	113
8.3	KULTURPLANLEGGING MELLOM OFFENTLIGE OG PRIVATE AKTØRER	115
8.4	HVA KAN MAN LÆRE AV KULTURSATSINGEN I BJØRVIKA HITTIL?.....	117
9.	LITTERATUR.....	120
	VEDLEGG 1: EKSEMPEL PÅ INTERVJUGUIDE.....	124

Bilde- og figuroversikt

Bilde 1: Kart over Fjordbyen.....	10
Bilde 2: Kirsten Flagstad utenfor operaen.....	59
Figur 3: Eierstrukturer i Bjørvika.....	63
Bilde 4: Teaterbåten MS Innvik i Bjørvika.....	73
Bilde 5: ”En dråpe i havet”.....	76

Forkortelser

- BKN: Bjørvika Kultur og Næring
- BI: Bjørvika Infrastruktur
- BU: Bjørvika Utvikling
- HAV: Hav Eiendom AS
- KD: Kulturdepartementet
- KOP: Kulturoppfølgingsprogrammet
- NHD: Nærings- og handelsdepartementet
- OSU: Oslo S Utvikling
- PBE: Plan- og bygningsetaten
- PwC: PricewaterhouseCoopers
- Tango for to: Samspill mellom kulturliv og næringsliv – Tango for to

1. Innledning

Arbeidet med utviklingen av Bjørvika har pågått kontinuerlig siden den internasjonale idekonkurransen ”Byen og Fjorden. Oslo år 2000” ble avholdt i 1982. I august 2003 ble reguleringsplanen for Bjørvika-Bispevika-Lohavn vedtatt av Oslo bystyre (Oslo kommune 2003b). Denne plansaken ble omtalt som den største plansaken noe byråd i Oslo hadde lagt frem etter drabantbyutbyggingen på 1950- og 60- tallet.⁶ Utviklingen av en bydel i Bjørvika er en del av det større Fjordbyprosjektet.

Fjordbyen er navnet på prosjektet hvor Oslo kommune skal frigjøre dagens arealer ut mot sjøen og benytte disse til fremtidsrettet byutvikling med bolig, rekreasjon og næring på en slik måte at byen åpnes mot fjorden. En stor del av arealene som i dag benyttes til havnevirksomhet vil bli utviklet til andre formål. På denne måten skal fjorden bringes inn som en del av byen og åpnes til glede for Oslos befolkning.⁷



Bilde 1 Kart over Fjordbyen.⁸

⁶ http://www.oslo.kommune.no/dok/felles/publ/oslonaa/2005/OsloNa_februar2005.pdf. (22.04.09. Kl. 15:22).

⁷ http://www.prosjekt-fjordbyen.oslo.kommune.no/om_fjordbyen/. (23.04.09. Kl.13:55).

⁸ http://www.prosjekt-fjordbyen.oslo.kommune.no/for_pressen/illustrasjoner/article18885-5764.html. (23.04.09. Kl.19:03).

Bjørvika skal utvikles til en bydel med en klar kulturprofil. På bakgrunn av bystyrets og byutviklingskomitéens behandling av Bjørvika-saken, utarbeidet de merknader og vedtak som utbyggerne i Bjørvika skal forholde seg til. Disse har en klar kulturdimensjon, og kan politisk sett betraktes som et av de første skrittene mot en kulturplanlegging i Bjørvika. På bakgrunn av bystyrets og byutviklingskomitéens ønske om at kulturdimensjonen skulle tas hensyn til tidlig i utbyggingen, tok Statsbygg initiativ til å lage et ”kulturoppfølgingsprogram” for Bjørvika (KOP). KOP gir konkrete anbefalinger som har som hensikt å medvirke til en tydelig kulturprofil. Merknadene og vedtakene er forankret i KOP. Et ”levende byliv” og et ”mangfoldig kulturtilbud” fremstår som to nøkkelbegrep i KOP (Oslo kommune 2003b). Det er imidlertid i liten grad definert hva et mangfoldig kulturtilbud og et levende byliv konkret skal inneholde. Det som kan tolkes som hovedessensen er at Bjørvika både skal være en attraktiv bydel for hele Oslos befolkning, så vel som for investorer og turister.

Direktør i Statsbygg, May Balkøy (2004), påpeker at ønsket effekt av et kulturoppfølgingsprogram i Bjørvika (KOP), er at bydelen skal bli Norges mest attraktive møteplass for nærings- og kulturliv og dermed kunne brukes aktivt i profilering av den nye bydelen og Oslo. Oslo kommune har et ønske om at Bjørvika skal bli en kulturbydel som er attraktiv både for byens innbyggere, turister og investorer. Kulturinstitusjoner skal være fyrtårn som gir konkurransefortrinn i den interurbane konkurransen, både innen næringslivet og i en utvidet kultursektor.

Mye av byutvikling i dag skjer i skjæringspunktet mellom offentlige og private aktører. Dette er også gjeldende for Bjørvika. Det kan knyttes flere utfordringer til å overlate store deler av ansvaret for å etablere et ”mangfoldig kulturtilbud” til private eiendomsutviklere. Siden private aktører ofte baserer seg på en bedriftsøkonomisk tankegang og ønsker økonomisk avkastning på investeringene sine, kan det være begrenset med engasjement for enten subsidiering av leie til gallerier og atelierer, eller for investering i kulturarrangementer. Det er ikke alltid lett å se de økonomiske gevinstene av kultur. Private eiendomsutviklerne kan satse på kulturtilbud av egeninteresse, hvor de håper å få et økonomisk utbytte av kulturinvesteringen i fremtiden. I et utbyggingsprosjekt som Bjørvika, kan det hevdes at næringslivet først og fremst driver med næringsutvikling, selv om de ønsker å styrke kulturdimensjonen.

1.1 Tema for oppgaven

Formålet med denne oppgaven er å undersøke hvordan kultur blir brukt som en strategi for byutvikling i en norsk kontekst. Utifra et governance-perspektiv forsøker jeg å forstå hvordan de ulike aktørene i Bjørvika samarbeider om å implementere en bred kulturdimensjon i planleggingen og merkevarebyggingen av den nye bydelen. Som Rhodes (1996) hevder, finnes det mange forskjellige tilnærminger til governance-begrepet. Jeg vil ta utgangspunkt i en forståelse der governance refererer til en utvikling i styringen av byer hvor grensene mellom offentlig og privat sektor har blitt mer utydelig, og hvor offentlige og private aktører i større grad inngår i partnerskap med hverandre.

I Bjørvika foregår kulturplanleggingen i skjæringspunktet mellom det offentlige og det private. Jeg vil likevel understreke at eierforholdene i Bjørvika er komplekse. Den største grunneieren i Bjørvika er Oslo kommune, gjennom Oslo Havn KF (tidligere kalt Oslo Havnevesen). Oslo bystyre vedtok i mai 2004 at Havnevesenet skulle organiseres som et kommunalt foretak (KF).⁹ Byrådet vil på lenger sikt vurdere om havnevirksomheten bør organiseres som aksjeselskap. Selv om Oslo Havn er et KF, har de stilt krav om en størst mulig grad av selvfinansiering av utbyggingen. Dette gjør Oslo Havn KF til en kommersiell eiendomsaktør. . Basert på grunneiernes bedriftsøkonomiske motivasjoner for å drive byutvikling i Bjørvika, vil jeg i denne oppgaven omtale eiendomsselskapene Hav Eiendom AS, Oslo S Utvikling, Bjørvika Utvikling og Bjørvika Infrastruktur som private aktører.

I tillegg har grunneierne i Bjørvika, Hav Eiendom AS (HAV) og Oslo S Utvikling (OSU), etablert et felles eiendomsutviklingsselskap, Bjørvika Utvikling (BU). BU stiftet datterselskapet Bjørvika Infrastruktur (BI), som har ansvaret for all teknisk infrastruktur i Bjørvika. BU har kjøpt opp Oslo kommunes arealer i Bjørvika. For at Oslo kommune skal nå sine målsettinger om et levende byliv og et mangfoldig kulturtilbud, er kommunen avhengig av at de ”private” grunneierne følger opp kultursatsingen.

⁹ <http://www.havn.oslo.kommune.no/article22220-7585.html>. (30.04.09. Kl. 15:34).

1.2 Problemstillinger

Jeg har formulert følgende tre problemstillinger:

1. Hva er Oslo kommunes fremste målsettinger med en kulturstrategi for Bjørvika?

Med denne problemstillingen ønsker jeg å kartlegge Oslo kommunes målsettinger med en kulturstrategi. Jeg vil diskutere innholdet i kulturdimensjonen i kulturoppfølgingsprogrammet for Bjørvika (KOP) og Oslo kommunes kulturpolitikk. Jeg vil også se på hvilke former for kultur det er som brukes som strategi for å sikre et mangfoldig kulturtilbud og et levende byliv.

2. Hvordan brukes kultur i imagebyggingen og stedsmarkedsføringen av Bjørvika?

Basert på målsettingene med en kulturbasert utvikling i Bjørvika, vil jeg med den andre problemstillingen rette blikket mot imagebygging og stedsmarkedsføring. Her er jeg interessert i å se på hva Bjørvika som merkevare skal inneholde. Jeg vil se nærmere på hvordan offentlige og private aktører bruker kultur i profileringen av Bjørvika, både innad i form av å vise frem Bjørvika som et attraktivt sted for den lokale befolkningen, og utad i form av å gjøre bydelen og byen mer attraktiv i den interurbane konkurransen.

I tillegg til å problematisere kommunens fokus på å gjøre Bjørvika attraktiv i den interurbane konkurransen om globale kapitalgoder, ønsker jeg å diskutere utfordringen med å ivareta et kulturelt mangfold i en governance-preget planprosess. Dette danner grunnlaget for oppgavens siste og tredje problemstilling:

3. Hvilke utfordringer kan oppstå med å implementere en bred kultursatsing i et offentlig-privat samarbeid i utviklingen av Bjørvika?

Jeg har særlig vært interessert i å undersøke hvilke utfordringer som eventuelt et offentlig-privat samarbeid i Bjørvika vil ha for implementeringen av kultur som strategi for byutvikling. Med denne problemstillingen vil jeg også redegjøre for de politiske prosessene som har ført frem til de planene som nå foreligger. Jeg vil rette et kritisk blikk på

utfordringer knyttet til å oppnå Oslo kommunes målsetting om et mangfoldig kulturtilbud innenfor en slik governance-preget planprosess.

I kapittel 2 tar jeg for meg oppgavens teoretiske perspektiv, hvor jeg først redegjør for kulturbegrepet og kulturplanlegging, og videre hvordan kultur brukes som strategi for byutvikling i den fremvoksende konkurransen mellom byer. Deretter vil jeg presentere teorier om imagebygging og stedsmarkedsføring, før jeg avslutter med en redegjørelse av en governance-preget byutvikling.

I kapittel 3 redegjør jeg for mine metodologiske valg av kvalitativ metode og hvorfor jeg bruker Bjørvika som case. Videre vil jeg beskrive min metodebruk i den praktiske gjennomførelsen av intervjuene og analyseprosessen. Til slutt vurderer jeg forskningens kvalitet.

Kapittel 4 skal fungere som en oppklarende redegjørelse for hvorfor sjøfronten i Oslo byutvikles, Bjørvikas posisjon i denne utviklingen, samt gi en oversikt over eierstrukturene i den nye bydelen. Disse vises også i figur 3.

I kapittel 5-7 vil jeg på bakgrunn av teori og empiri analysere kulturstrategien i Bjørvika i lys av oppgavens problemstillinger. Til slutt vil jeg presentere mine funn i kapittel 8.

2. Teoretiske perspektiver

2.1 Bypolitikk i endring

Som nevnt innledningsvis vil jeg analysere kulturstrategien i Bjørvika ved å ta for meg Oslo kommunes visjoner forankret i KOP, gjennom et ”governance-perspektiv”. I dette kapittelet vil jeg først redegjøre for hvordan kultur brukes som en strategi for byutvikling, og hvilke ulike forståelser av kulturbegrepet som ligger til grunn for en bred kulturpolitikk. Deretter vil jeg belyse hvordan kultur brukes som en del av imagebygging og stedsmarkedsføring av byer. Til slutt vil jeg gjøre rede for hva en overgang fra government til governance innebærer, og belyse muligheter og utfordringer med governance-strukturer i byutviklingsprosesser. Disse teoretiske perspektivene brukes for å sette kulturstrategien i Bjørvika inn i en kontekst. Hensikten er å gi en forståelse av hvilke rammer som ligger til grunn for en slik utviklingstrend.

2.1.1 Nyliberal politikk

Krisen i det kapitalistiske systemet på 1970-tallet førte til nye organisasjons- og produksjonsformer basert på differensiering og spesialisering (Harvey 1989). Vestlige byers økonomi hadde i lang tid vært basert på industriproduksjon, som var lokalt forankret gjennom tilgang til råvarer, energikilder, infrastruktur eller et kompetent arbeidsmarked (Bergsli 2005). Denne stabiliteten ble på 1970-tallet utfordret av at produksjon ble mindre stedsbundet, og i større grad mobil, hvorpå man opplevde en nedgang i vestlige byers økonomiske grunnlag. I dette landskapet ble den tradisjonelle planleggingen, representert ved Keynesiansk økonomisk politikk og offentlige velferdsapparater, utsatt for sterk kritikk. I følge Bergsli, måtte det bygges opp en ny økonomi basert på servicenæring, og helt nye virkemidler måtte tas i bruk.

Nyliberale ideologier vokste frem med Ronald Reagan og Margareth Thatcher, som stod for slagordet: ”There is no alternative” (Bergsli 2005:89). Politikken var kjennetegnet av privatisering, reduksjon av offentlige utgifter, lønnskurransen, ubegrenset handels- og

markedsintegrasjon og internasjonal kontroll av valuta og rentesatser. Disse strategiene blir i dag tatt i bruk av byer og nasjoner som ikke har andre alternativer dersom de skal henge med i den territoriale konkurransen om kapitalgoder.

Byer har blitt sentrale knutepunkter i den globale økonomien, og de både påvirker og påvirkes av globaliseringsprosessene. Globaliseringen har ført til at nye, fleksible lokaliseringsstrategier for industri-, service- og finanskapital over landegrensene, har blitt lettere. Dette har medført at industriproduksjonen relokaliseres til mer perifere regioner og lavkostland, mens transnasjonale konserners hovedkontor, samt avdelinger for forskning og utvikling etableres i større byer som kan tilby teknologisk ekspertise. I følge Bergsli, hevder Harvey (2000 i Bergsli 2005) at nasjonalstaten derfor har fått svekket sine muligheter til å kontrollere internasjonale kapitalstrømmer, mens byer og byregioner derimot har fått økt betydning. Leitner og Sheppard (1998) hevder at økt selvstyre og den friere flyten av kapital mellom byer har ført til at byer i stor utstrekning inngår i en ”interurban konkurranse”. Her konkurrerer de om flyktige kapitalgoder, investorer, bedriftsetableringer, høykompetent arbeidskraft og turister. De hevder at grunner for å inngå i den interurbane konkurransen varierer fra sted til sted, avhengig av stedets økonomiske og politiske kontekst.

2.1.2 Kultur som entreprenørstrategi

Leitner og Sheppard (1998) understreker at bymyndigheter ser seg nødt til å ta i bruk nye politiske strategier for å skape økonomisk vekst som en konsekvens av deindustrialiseringen i byene. De hevder at globalisering har fremmet økonomisk usikkerhet og at det ”frie markedet” har lagt press på byer til å inngå i konkurranse med hverandre. Hubbard (1996) hevder at hovedstrategien for å lykkes er at både offentlige bymyndigheter og private aktører, hver for seg eller i samarbeid, satser på å tiltrekke eksterne investorer, turister, tilflyttere, næringsliv og arbeidskraft. Leitner og Sheppard (1998) understreker at det har skjedd store endringer innenfor den offentlige politikken siden 1980-tallet, som har påvirket byer og regioner i stor grad. De hevder at nasjonalstaten bruker mindre statlige penger på velferd, og i stedet bruker offentlige økonomiske midler på å støtte private selskapers kapitalakkumulasjon, samt privatiseringen av offentlige tjenester. Leitner og Sheppard mener denne utviklingen har ført til at nasjonalstaten vil promotere nasjonal utvikling gjennom økonomisk interurban konkurranse. Under press til å ta ansvar for å forbedre byens

konkurransesevne og sikre økonomisk vekst, har bymyndigheter utviklet ulike entreprenørstrategier. Begrepet entreprenørpolitikk refererer til nye vekstorienterte grep i bypolitikken. I følge Schumpeter (1934 i Jessop 1996) skal entreprenørskap bestå av radikale innovasjoner, som kan bestå av enten nye varer eller tjenester, nye produksjonsmetoder eller oppdagelse av nye markeder. Tradisjonelle entreprenørstrategier innenfor byutvikling har vært tilrettelegging av produksjonsforholdene ved å bedre tilgangen til fysisk infrastruktur. En annen tradisjonell entreprenørstrategi har vært å gi vanskeligstilte eller nyetablerte bedrifter økonomisk støtte til drift gjennom subsidier eller skatteincentiver (Bergsli 2005). Entreprenørskap i dag inneholder også innovasjoner, og forutsetter gjerne at entreprenørene selv tar risiko, noe Schumpeter mente tradisjonelt sett lå hos kapitalisten. Reich (2000) påpeker at dagens entreprenører ikke bare inkluderer forskere og kunstnere, men i større grad også trendanalytikere, konsulenter og markedseksperter. Slike aspekter ved markedet er også viktig i byenes entreprenørpolitikk. Dette gjelder særlig ved satsing på kulturindustri, som vokste frem på 1980-tallet, som en ny strategi for byutvikling (Bergsli 2005). Dette er en strategi som anvendes i stor grad i transformeringen av gamle industriområder. Gamle industrilokaler har blitt gentrifisert og flere steder har næringsvirksomheter, boliger, servicetilbud og kunst- og kultur tilbud flyttet inn.

Bianchini (1999, i Bassett et al 2005) beskriver endringer i kulturpolitikken i Storbritannia mellom 1945 og 1997, og hevder at kulturpolitikken nå fokuserer på et økonomisk utbytte. Bassett (2005) supplerer med at dette har en sammenheng med at kulturpolitikken har utviklet seg fra statlig subsidiert høykultur, til i løpet av 1980-tallet å bli en mer markedsdrevet kulturpolitikk. Bassett (et al. 2005:137) hevder at: *"Culture has more and more become a major urban asset to be exploited in the competitive struggle between 'entrepreneurial cities' in a neo-liberal landscape"*. I følge Bassett oppmuntret Thatcher-regjeringen til en slik vending i kulturpolitikken, og bidro til kulturpolitikk som fornyet velferdspolitik, til fordel for økonomisk utvikling. Kultur ble nå vurdert utifra hvor mye den bidro til den nasjonale økonomien, samt byøkonomien, gjennom sysselsetting, omdanning av bysentrum og stedsmarkedsføring gjennom å tiltrekke turister og eksterne investorer. Dette førte til at flere byer tok i bruk kultur som strategi for økonomisk vekst.

I følge Bergsli (2005) har også fokuset på tjenester som fremmer livskvalitet vokst frem som en entreprenørstrategi. Med slike tjenester menes restauranter, kafeer, shoppingmuligheter, underholdning og museer, som gjerne har som målsetting å nå et bredt publikum. Denne

strategien blir i midlertidig kritisert for å være et middel for å nå målet om økonomisk vekst, fremfor å dekke sosiale behov. Ward og Gold (1996) påpeker også at sosiale behov har en tendens til å komme i andre rekke.

Landry (2000) hevder at "kreative" byer innehar en sammensetning av kreative næringer og mennesker og en politisk ledelse som evner å legge til rette for nyskaping og innovasjon under stadig skiftende rammebetingelser. Samfunnsgruppen som synes å etterspørre denne kreative bykulturen, og som også utgjør drivkraften bak en slik utvikling, er mennesker med høy utdanning og god lønn, ofte definert som den øvre middelklassen. Denne gruppen mennesker kaller Richard Florida den "kreative klasse". I "The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life" (2002) skriver Florida om hvordan byer kan tiltrekke seg denne "kreative klassen". Florida bruker ikke klassebegrepet i marxistisk forstand, basert på eiendom eller eierskap til kapital og produksjonsmidler. I stedet deler han inn klassene etter yrker, og skiller da mellom primærnæringsklassen, arbeiderklassen, serviceklassen og den kreative klassen. Den kreative klassen består blant annet av forskere, journalister, bedriftsledere, kunstnere, skuespillere og arkitekter. Flere byer prøver å tiltrekke seg den kreative klassen for å sikre seg høykompetent arbeidskraft innen service- og kultursektoren. Porter (1990) mener at både steder og bedrifter kan oppnå konkurransefordeler av at bedrifter er samlokalisert i næringsklynger. Dette er Florida enig i, men han mener at det er mennesker som er den viktigste forklaringsfaktoren for hvorfor steder lykkes, og hvorfor klynger oppstår. Som han skriver: "*The real force behind clustering is people*" (2002:220), og med dette utfordrer han tanken om at mennesker drar dit jobbene er. Kreative mennesker søker seg til steder med visse kvaliteter, det Florida kaller "*people climate*", som handler om gode steder for kreative mennesker å bo og arbeide. Florida introduserer de tre T'ene, som står for Toleranse, Talent og Teknologi. Floridas empiriske analyser viser at byregioner i USA med høy tetthet av talent og teknologi, samt et omfattende og inkluderende kulturelt mangfold, kan vise til langt bedre økonomiske og sosiale resultater enn regioner med mer homogene grupperinger. Med kulturelt mangfold menes en toleranse for bohemer, homoseksuelle, næringsdrivende kvinner og kulturelle minoriteter. Liberale San Francisco skårer høyt på kombinasjonen av disse verdiene. Til sammen utgjør de tre T'ene viktige kvaliteter som kan tilrekke den kreative klasse.

2.1.3 Et eksempel på entreprenørstrategi i praksis: "Danmarks kreative potensiale"

Både nasjonalt og internasjonalt er det politisk og forskningsmessig interesse for sammenhengene mellom kultur, innovasjon og økonomisk utvikling. Det er flere typer kulturstrategier som benyttes i utviklingsprosjekter. I Danmarks "kreative potensiale" fra 2000 setter den danske regjeringen fokus på samspillet mellom kulturlivet og næringslivet (Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet 2001). Målsettingen bak samspillet er å rette søkelyset mot en strategi som både kan styrke kunst og kulturlivet og tilby denne sektoren nye utviklingsmuligheter, samt å skape en næringsutvikling preget av innovasjon og kreativitet. Tre spesifikke strategier angis i Danmarks kreative potensial for regional vekst; fyrtårnstrategien, spesialiseringsstrategien og dynamostrategien. Selv om de tre strategiene står spesielt nedfelt i et dansk statlig dokument, har strategiene en overføringsverdi til andre steder. *"Fyrtårnstrategien går ud på at regionen iscenesætter en eller flere begivenheder, som skal fange hele det internationale samfunds opmærksomhed"* (Næringsdepartementet 2000:104, i Andersen et al 2002:19). Målsettingen med fyrtårnstrategien er at den skal fungere som en katalysator for videre utvikling i byen eller regionen, gjennom dets funksjon som en magnet for besøkende både fra innland og utland. Kultursatsing blir ansett som en fyrtårnstrategi, hvor kulturaktiviteter kan fremme stedsutvikling, nytt image og øke turismen til stedet.

Videre i "Danmarks kreative potensiale" (Næringsdepartementet 2000:104, Andersen et al 2002) legges det vekt på at et viktig formål er å skape et nytt image for regionen: *"et image som både profilerer byen i den internationale konkurranse, og som bidrager til at styrke den lokale befolknings identitet og selvrespekt"*. Hubbard (1996) påpeker også at stadig flere byer har blitt mer oppmerksom på image og stedsmarkedsføring, og understreker at stedsmarkedsføring nå blir brukt som strategi i lokal økonomisk utvikling for å lokke eksterne investorer til byen. I denne sammenhengen blir ofte Bilbao i nord Spania trukket frem med det spektakulære Guggenheim-museet som fyrtårn. Også operabygget i Bjørvika kan sees på som et fyrtårnprosjekt, som vil kunne bidra til en positiv stedsmarkedsføring og muligens kunne ha en katalysatoreffekt i den videre utviklingen av Bjørvika.

Den andre strategien som nevnes i "Danmarks kreative potensiale" er *spesialiseringsstrategien*, som den danske rapporten understreker ansees som en del av

fyrstårnstrategien. Spesialiseringsstrategien fokuserer i større grad på å profilere byen internasjonalt gjennom begivenheter eller attraksjoner, men da innen et avgrenset felt. Dette kan for eksempel være innen kunst, sport eller næringsliv. Glasgow brukes i ”Danmarks kreative potensiale” som eksempel på et sted hvor man begynte med en fyrstårnsstrategi, men som har gått over til en spesialiseringsstrategi ved å satse på arkitektur, design og film.

Den tredje strategien, *dynamostrategien*, fokuserer på å utnytte og frigjøre den kulturelle aktiviteten som allerede finnes i regionen. Målet er å skape et mangfoldig kulturliv med vedvarende aktivitet, som i første omgang skal være med å gjøre regionen mer attraktiv for den lokale befolkningen. Denne strategien skal oppmuntre mindre prosjekter og legge til rette for lokale aktører og kunstnergrupper.

Fyrstårnstrategien og spesialiseringsstrategien fokuserer mest på verdiskaping ved profilering utad, mens dynamostrategien sikter mot en sterkere forankring hos de menneskene som utgjør området.

2.2 Kulturbegrepet

Tilretteleggingen av bylandskap som er attraktive og tiltrekker ”den kreative klasse”, turister, næringsliv, kompetanse og investorer utgjør med andre ord en sentral entreprenørstrategi. Stadig flere byer gjennomfører byfornyelsesprogrammer for å imøtekomme markedskravene. Garcia (2005) hevder at fremveksten av en global tjeneste- og kunnskapsøkonomi har plassert kultur i sentrum av bypolitikken. Selve kulturbegrepet er komplekst, og spørsmålet om hvordan det skal defineres har vært oppe til debatt i århundrer (Røyseng og Solhjell 2004).

I følge Gran og De Paoli (2005) har Raymond Williams sagt at kultur er et av det engelske språkets to eller tre vanskeligste ord å forklare. Det er vanskelig å gi en klar definisjon av kultur ettersom ulike fagretninger bruker begrepet på ulike måter. Også i dagligtalen snakker vi om kultur på flere måter. Gran og De Paoli hevder at en konsekvens av at kulturbegrepet er vanskelig å avgrense, kan føre til at begrepet kan miste sin kraft i politiske sammenhenger av mangel på en klar definisjon. Derfor kan det være hensiktsmessig å ta i bruk Gran og De Paolis to hovedtilnæringer til kulturbegrepet, der den ene er ”smal” og den andre ”bred”. I en tradisjonell tilnærming blir kultur definert som kunst og kulturarv, som innebærer at

kultur forstås som noe høyverdig og opphøyd, derav begrepet ”finkultur”. De mener derfor at det tradisjonelle kulturbegrepet her hører til kategorien de kaller den ”smale” kulturen. Kunst forstås her som noen helt spesielle objekter, som malerier og skulpturer, eller aktiviteter, som teaterforestillinger eller konserter. Disse er skapt av kunstnere. Her ble ikke kultur ansett å være en del av den materielle produksjonen, og derfor ble ikke kultur vurdert til å ha et økonomisk potensiale (Garcia 2005).

Den smale forståelsen av kultur dominerte den politiske tenkningen frem til begynnelsen av 1970 tallet. Utover på 1970- og 1980-tallet skjedde det også en ”demokratisering av kunsten” (Gran og De Paoli 2005). Dette understreker Bayliss (2004) har ført til at flere tradisjonelle kulturinstitusjoner, som kunstgallerier, teatre og museer, har blitt mer tilgjengelige for grupper av mennesker som for sosiale og geografiske grunner ikke hadde hatt samme tilgang tidligere. Ved å gjøre kunst og kultur mer tilgjengelige for folk, fikk aktiviteter innenfor det ”brede” kulturbegrepet større plass. Den brede betydningen av kultur tar utgangspunkt i en antropologisk tilnærming til kultur, hvor alle sider ved en samfunnsform; religion, språk, matvaner, kunst, politikk, tankesett og de dominerende normer og verdier omtales som kultur (Gran og De Paoli 2005). Dette betegnes som en kulturforståelse der hver kultur må forstås på sine egne premisser. Med denne tilnærmingen fikk kunst og kultur stor politisk og sosial forankring.

Demokratiseringen av kunsten har også påvirket kulturpolitikken. Det ble nå lagt mye fokus på sosiale virkninger av kunst- og kulturtilbud, og kulturpolitikken ble dermed ansett som en form for velferdspolitikkk som skulle hjelpe marginaliserte grupper i samfunnet, som barn, kvinner og homofile. Denne demokratiseringen av kunst- og kulturforståelsen har senere blitt kalt det ”utvidede kulturbegrepet”. Det utvidede kulturbegrepet kom inn i kulturpolitikken på 1970-tallet, og i tillegg til kunst, inkluderer det idrett. På 1990-tallet kom også arkitektur og design til å bli en del av begrepet i kulturpolitikken. I tillegg påpekes verdien av å inkludere visuelle og musikalske, dramatiske og litterære kulturuttrykk som ikke passer inn i det snevre kunstbegrepet, for eksempel folkemusikk, graffiti og internett-hjemmesider.¹⁰ Mangset (1992) påpeker at det utvidede kulturbegrepet er en av hovedpilarene i kulturpolitikken fundament, fordi den nye linjen er en inkluderende kulturpolitikk fremfor en ekskluderende.

¹⁰ <http://www.lnu.no/kulturbrevet/nynorsk/download/10bud.pdf>. (27.04.09. Kl. 09:52).

På samme måte som kultur er et komplisert begrep å definere, er også mangfoldsbegrepet det. For å kunne fremme det kulturelle mangfoldet i den norske offentligheten, er det derfor viktig at innholdet i begrepene tydeliggjøres. Referansegruppen for Mangfoldsåret 2008 består av forskere og kunstnere med kunnskap på det flerkulturelle kunst- og kulturfeltet. Deres forståelse av ”mangfold” tar utgangspunkt i UNESCO’s definisjon fra 2005:¹¹

“Kulturelt mangfold” viser til de mange forskjellige måtene grupper og samfunns kulturer kommer til uttrykk på. Disse uttrykksformene overleveres internt i grupper og samfunn, og mellom disse. Kulturelt mangfold viser seg ikke bare i de forskjellige måtene menneskenes kulturarv kommer til uttrykk på, berikes og overleveres i kraft av forskjellige kulturuttrykk, men også – uansett hvilke midler og teknologier som brukes – i forskjellige former for kunstnerisk skaperkraft, produksjon, formidling, utbredelse og bruk av kulturuttrykk.

”Mangfoldsåret 2008” ble lansert av regjeringen i 2006 i Stortingsmelding nr. 17.

Bakgrunnen er et ønske om et mer demokratisk kulturliv i Norge, et kulturliv som tar inn over seg den nye samtiden og gjenspeiler det kulturelle mangfoldet som finnes i landet. Målsettingene er derfor å betrakte som langsiktige. Regjeringens ønske gjennom dette året har vært å ta et grep om den statlige, regionale og lokale innsatsen for å fremme kulturelt mangfold som en vesentlig dimensjon i kulturpolitikken. En målsetting med mangfoldsåret er å sikre at kulturelt mangfold skal bli et markant og gjennomgående trekk ved norsk kulturpolitikk.

Allerede i denne defineringen av mangfold finnes det flertydighet i hvordan begrepet skal forstås. For å unngå denne tvetydigheten, deler også referansegruppen kulturbegrepet inn i to betydninger. På den ene siden kan kultur forstås i en bred betydning, som jeg har forklart tidligere, altså at kultur handler om holdninger, verdier, væremåter og normer som deles av dem som assosierer seg til en eller annen form for fellesskap. På den andre siden har kultur også et smalere innhold, i betydningen estetiske og kunstneriske uttrykk. I følge referansegruppen, tolker de mangfoldsårets intensjon til å synliggjøre og bekrefte Norge som et mangfold av ulike kulturelle fellesskap, både i en bred samfunnsvitenskapelig forstand, og

¹¹ <http://www.kultureltmangfold.no/2008/02/25/ord-om-kulturelt-mangfold/>. (24.04.09. Kl. 13:24).

ved hjelp av estetiske og kunstneriske uttrykk som representerer og forholder seg til disse fellesskapene.

2.2.1 Kulturplanlegging

I Norge har vi i etterkrigstiden hatt en kulturpolitikk som har hatt som mål å være samfunnsbyggende, integrerende og identitetskapende. Kulturpolitikken skulle knytte by og bygd sammen, den skulle tilhøre samme nasjon, og den skulle fjerne forskjeller og bygge enhet (Gran og De Paoli 2005). Nå skal kulturpolitikken gjenspeile det kulturelle mangfoldet landet består av. Regjeringsskiftet i 2005 medførte det største løftet for kunst og kultur på mange år. Regjeringen Stoltenberg plusset på kulturbudsjettet med 150 millioner, og ser ut til å være i rute mot målet om et kulturbudsjett som er 1 prosent av statsbudsjettet i 2014.¹² Et balansert forhold mellom et smalt og bredt kulturbegrep står sterkt i dagens kulturpolitikk. Hvorvidt kulturplanlegging blir en suksess eller ikke, kan hevdes å være avhengig av hvilken tilnærming til kulturbegrepet man har. Dersom man tar utgangspunkt i et bredt kulturbegrep, kan man unngå en ekskludering av lokale ønsker og satsningsområder, som fort kan bli oversett eller nedprioritert med en smal forståelse av kulturbegrepet. Det må tas utgangspunkt i hva som kan være en ”god by” for ulike kategorier av befolkningen, både for dem som allerede bor i byen, for potensielle innflyttere og for turister (Skogheim 2006). Skogheim refererer til Evans (2001) når hun fremhever at byer som med hell bruker kultur som virkemiddel i transformasjonsprosesser, fremstår som suksessrike eksempler til etterfølgelse for andre byer. Kulturstrategier har utviklet seg fra å være et interessant alternativ til byutvikling, til å bli hovedstrategi i flere byer og regioner verden over (Garcia 2005).

Kulturplanlegging defineres ofte til å være dynamisk, flersidig og langsiktig. Kultur blir ikke her bare ansett som et prosjekt, men ofte som en del av kommuners strategi, og nedfeller seg i bypolitikk, planlegging og strategisk tenkning. Evans (2001) beskriver hvordan strategiene ”arts planning” og ”cultural planning” i dag påvirker byplanlegging. ”Arts planning”, altså kunstplanlegging, handler om en økt offentlig satsing på kunstformer som teater, opera og klassisk musikk. En tilsvarende økt satsing på støtte til kunstnerne og deres utdanning har

¹² Aftenposten 18.11.08: Nytt kulturloft kommer nå. Kultur ss. 8-10. Knut Olav Åmås.

også skjedd. En slik kunstplanlegging finner i dag sted på både nasjonalt, regionalt og lokalt plan. Den nasjonale kunstplanleggingen er preget av såkalt fyrtårnpolitikk (jf. Danmarks kreative potensiale), som tilsvarer en satsing på kulturhus og kunstnere som ruver i landskapet.

”Cultural planning”, altså kulturplanlegging, innebærer en bredere integrering av både kunst og andre kulturelle uttrykk i byen, regionen eller nasjonen, i følge Evans (2001). Innen kulturplanlegging brukes infrastrukturen og ressursene til kunstplanleggingen, og utnytter disse i en mer overordnet strategi for stedet. På denne måten kan det skilles mellom kunst og kultur, der kunst forstås som det utfordrende, overskridende og nyskapende, mens kultur forstås som tradisjonsbærende, inkluderende og som limet i samfunnet. Bilbao er et velkjent eksempel på en by preget av kunst- og kulturplanlegging, med Guggenheim-museet som sitt store fyrtårnprosjekt.

Kulturplanlegging omfatter politiske, økonomiske, og næringsrettede aktører, samt kulturfeltet og sivilsamfunnet. Det legges vekt på en strategisk bruk av kulturelle ressurser som en integrert del av en byutviklingsstrategi (Evans 2001). Kulturplanlegging er interessant i by- og stedsutvikling av flere grunner. Kulturplanlegging brukes blant annet som en strategi for å motvirke stagnasjon og fraflytting, og for å skape økonomisk vekst som også kan føre til ringvirkninger i en region. Jeg har tidligere også vært inne på at kulturplanlegging kan være sentral innen imagebygging og stedsmarkedsføring, og kan med dette skape et konkurransefortrinn sammenlignet med andre byer. Det vil kunne gi økt oppmerksomhet, som i neste omgang vil kunne tiltrekke nye innbyggere, turister og næringer. Kulturplanlegging sees også på som en positiv driv for å utvikle byens særpreg og bidrar til å fremme lokale identitet og kvaliteter.

2.2.2 Sjøfrontsutvikling

Det vokste frem en tradisjon for å satse på kulturplanlegging da industriarbeidsplasser ble lagt ned, og større, ofte sentralt beliggende arealer ble frigitt til andre formål. Bergsli (2005) peker på at prosessen med transformasjonen av slike områder går under betegnelsen gentrifisering. Ordet er en direkte oversettelse fra engelsk ”gentrification” og ble for første gang brukt i 1960 for å beskrive de sosioøkonomiske endringene av indre London da typiske

arbeiderstrøk ble overtatt av middelklassen. Bergsli trekker frem Grünerløkka i Oslo som et norsk eksempel på en slik gentrifiseringsprosess. I dag blir begrepet også brukt når industriområder blir gjort om til kultursteder, kontorer og kjøpesentre, slik vi kjenner det fra Aker brygge i Oslo.

I følge Bassett (et al 2002) har byutviklingsprosjekter i slike tidligere havneområder fått merkelappen ”waterfront development”, også kalt sjøfrontsutvikling. Sjøfrontsprosjekter karakteriseres ofte for å være storskala prestisjeprosjekt, kjennetegnet av visjonær arkitektur og design. Zukin (1995) peker på at dette ble først utforsket i USA, hvor man ønsket å etablere en synergieffekt mellom kunst, finans, høykulturelle institusjoner og turistindustrien. Igjen vil jeg trekke frem Bilbao som et eksempel, denne gang på hvordan strategier for å transformere havneområdet henger sammen med bredere fysisk og sosial infrastruktur. Guggenheim-museet skulle med sin spektakulære arkitektur og design, tegnet av stjernearkitekten Frank Gehry, vekke internasjonal oppmerksomhet og endre på den gamle industribyens image. Dette skulle føre til økte økonomiske inntekter for byen, og byens befolkning gjennom flere arbeidsplasser på grunn av økt turisme og økt konferanseaktivitet (Plaza 2006). Også i Norge har vi eksempel på en slik transformasjon. Akerselva i Oslo har blitt transformert fra industri til kultur og kreative næringer, og omdannes kontinuerlig til et område for kultur, design, næring og boliger. Området inneholder også utdanningsinstitusjoner innenfor kreative og estetiske fag. Utviklingen av Bjørvikaområdet er et eksempel på et sjøfrontsprosjekt i Oslo. Bjørvika omfatter et stort havneområde i sentrum av byen, som skal transformeres fra havn til en levende ny bydel. Den levende bydelen skal hovedsakelig inneholde bolig, næring og kultur, samt allmennytige friluftsområder som havnepromenade og allmenninger. Samlokaliseringen av kulturinstitusjoner blir ansett for å være et viktig ledd i utviklingen av den nye bydelen.

2.3 Imagebygging og stedsmarkedsføring

Som jeg har vært inne på har overgangen fra det tradisjonelle industrisamfunnet til et servicesamfunn fokusert på kultur som en del av bypolitikken. Dette har ført til at byer må konseptualiseres på nytt (Bergsli 2005). Et svært sentralt element innenfor kulturplanlegging er imagebygging. Siden 1990 tallet har kulturdimensjonen i merkevarebygging blitt særlig viktig i by- og stedsutvikling, i følge Balkøy (2004). Globaliseringen som i stor grad har ført

til økt konkurranse mellom steder og byer, har resultert i et behov for å tydeliggjøre det lokalt særegne ved stedet. Hubbard (1996) hevder at å bygge opp et image som en merkevare, dreier seg om å gi en vare eller tjeneste en bestemt profil for å tiltrekke seg et bestemt publikum.

I følge Hall (1998) er et stedsimage ofte et forenklet, generalisert, stereotypisk inntrykk av et sted eller en by. Slike forenklinger kommer av at det er umulig å kjenne hele byen like godt, og for å få et overblikk reduseres byens kompleksitet til noen få selektive inntrykk. Ved å være selektiv på denne måten, skapes stedsimage. I mange norske byer, kommuner og regioner foregår det imagebygging og imageombygging. Arbeid med imagebygging skjer ofte i sammenheng med by- eller stedsutviklingsprosjekter, og i arbeid med strategisk merkevarebygging. Med en langsiktig visjon for å forsterke kvaliteter og redusere negative sider, er det mulig å bidra til utvikling i ønsket retning. Imagebygging og profilering av et sted blir ofte brukt når stedet har et dårlig rykte man ønsker å endre. Drammen er et norsk eksempel på dette, hvor byen lenge har slitt med stempelet som "harry-by", men som nå i større grad er kjent som en attraktiv "Elveby".¹³ En slik transformasjon av folks oppfatning av sted, er også et resultat av imagebygging. Formålet med imagebygging er å synliggjøre stedskvaliteter og muligheter området kan by på, for eksempel med hensyn til arbeidsplasser, boliger og tomtepriser. Det kan også være et fokus på utdanningsmuligheter, kreative miljøer eller trygge oppvekstmiljøer.

Balkøy (2004) hevder at kultur har en viktig merkevaredimensjon som kan skape en positiv by- og tettstedsprofil, øke livskvaliteten for innbyggerne og tiltrekke tilflyttere. Dette begrunner hun med at kulturdimensjonen kan fungere som en motor i byutviklingen som skaper økonomisk aktivitet og et dynamisk næringsliv. Dette kan også bidra til innovasjon i en utvidet kultursektor. For å oppnå maks uttelling mener Balkøy (2004) at merkevarebygging derfor krever innsats gjennom hele prosessen, den må starte tidlig, og kontinuerlig vedlikeholdes. I Bjørvika vektla man tidlig tiltak som gjorde området tilgjengelig for publikum (Oslo kommune 2003b). Det har vært arrangert utstillinger, vandringer, konferanser, konserter og festivaler m.m. for å gjøre området som tidligere var avskåret befolkningen på grunn av havnevirksomhet, tilgjengelig for allmennheten. I tillegg

¹³ http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/nrk_ostafjells/buskerud/5239552.html. (20.04.09. KL.12:49).

er det stilt lokaler tilgjengelig for kunstnere, og det er avsatt havneplass for kulturell aktivitet. Hensikten har vært å stimulere, initiere og tilrettelegge for kulturaktiviteter som profilerer Bjørvika og Oslo over en lengre periode. Det er viktig å opprettholde denne ambisjonen i alle faser av prosessen, både når det gjelder i planlegging, bygging og i driften. Dette vil jeg utdype i analysen.

2.3.1 Imagebygging som en del av en helhetlig visjon

Etter at Frank Gehry satte Bilbao på kartet med sitt spektakulære museumsbygg, har ”Bilbao-effekten” blitt et begrep som mange byer har forsøkt å kopiere. Det er viktig at denne type strategier inngår i en større helhetlig tenkning av hva byer er, hva de ønsker å bli, og hvordan de kan bli det. Dersom den helhetlige tankegangen uteblir, kan imagebygging føre til at det skapes et gap mellom det som loves og det som erfares (Skogheim 2006). Stadig flere norske kommuner har latt seg inspirere av kultur- og arkitektursatsinger i byer som Bilbao, Barcelona eller Dublin. Det er imidlertid en del fallgruver forbundet med å skulle overføre ideer og konsepter fra utenlandske byer til en norsk kontekst. Byer som Bilbao og Barcelona er vesentlig større og har et langt mer allsidig kultur- og byliv å tilby, enn hva som er tilfellet for de fleste norske byer. Skogheim understreker at inspirasjon og idéoverføring fra det internasjonale repertoaret må kanskje først og fremst dreie seg om å skape tro på at det er mulig å få til forandring og en «ny giv» i områder der industrien svikter og stagnasjon og utflytting truer.

Som Hall (1998), påpeker også Gold og Ward (1994) at byer representeres gjennom et selektivt utvalg av bilder og slagord, for å vise seg fra sin beste side. Dette resulterer ofte i at flere aspekter ved et sted, både materielle og sosiale faktorer, ikke blir presentert. Hall mener at *”in the world of perception the image is more important than the reality”* (1998:110). Dersom image blir viktigere enn virkeligheten, kan dette få betydelige negative konsekvenser for det aktuelle stedet. Et scenario er at imaget som er skapt gjennom markedsføring, gjør stedsoppfatningen til noe positivt, uten at denne positive stedsoppfatningen gjenspeiler virkeligheten. Dette kan så føre til at steder med behov for endringer blir neglisjert, da de oppleves som vellykkede. Stedsimage har blitt forbedret, uten at noen faktiske endringer på stedet har blitt gjort. Dette er et aspekt ved imagebygging i kulturplanleggingen som Philo og

Kearns (1993) også fremhever. De mener at satsing på kultur har fått en sentral rolle i stedsmarkedsføringen av ”falske” byimage.

In part this manipulation of culture depends upon promoting traditions, lifestyles and arts that are supposed to be locally rooted, and in this respect the selling of places has what the humanistic geographers might call “authentic” quality spawned by the cultural life of the places themselves, but in part too this manipulation can involve using a range of loosely “cultural” motives, events and exhibitions that have no necessary associations with the places concerned and that might thereby be adjudged “inauthentic” (Philo og Kearns 1993:3).

Dersom det ”ikke-autentiske” blir presentert som det autentiske, og lokalbefolkningen er uenig i hvordan stedet og stedets kultur blir fremstilt av stedsmarkedsførerne, kan dette skape konflikt. Hubbard (1996) stiller spørsmålstegn ved hvem som tjener på en ny urban entreprenørpolitikk og imagebygging. Nye kultursentre, museum og kulturparker dukker opp som konsentrerte underholdningssentre i en rekke byer. Hubbard (1996) hevder at kultur har blitt kommodifisert, altså gjort om til en vare for å gjøre et sted enda mer attraktivt, spesielt for velutdannende mennesker fra den kreative klasse, turister og konferanseholdere.

Hubbard mener at imagebygging og stedsmarkedsføring ikke bare bør handle om å tiltrekke seg privat sektor, investeringer, turister og den kreative klasse, men også inkludere et større mangfold av mennesker fra ulike samfunnslag, etnisitet og kjønn. På denne måten kan også lokale utviklingsbehov i større grad bli dekket.

2.4 Stedsmarkedsføring

På lik linje med imagebygging, blir også markedsføring av byer, steder og regioner i dag ansett som nødvendig i den interurbane konkurransen. Dette kan belyses gjennom det Harvey (1993) kaller ”time-space-compression”, som er én drivkraft i globaliseringsprosessen.

Denne tid-rom-sammentrekkingen henger sammen med de nye globale mønstrene for kapitalakkumulasjon. Lavere transportkostnader har gjort produksjon og handel mer mobile enn tidligere. Dermed har også finanskapitalen blitt transnasjonal, hvilket gjør valget av lokalisering mer fleksibelt. Bedrifter kan nå i større grad enn før velge fritt hvor de vil slå seg ned. Dette skaper et nytt konkurransepress på steder, og gjør at små forskjeller mellom steder

får ny og vital betydning. I kampen om oppmerksomhet, blir markedsføringsstrategier et viktig verktøy for å gi stedet et image og en identitet. Fengende slagord og logoer er virkemidler som svært ofte blir brukt i markedsføringen av et sted, og stedets tilbud av varer og tjenester (Gold og Ward 1994). London er ”Swinging London”, New York er ”The Big Apple”, Sidney har sitt operahus, og Bilbao sitt Guggenheim museum. Paris har Eiffeltårnet, kafeene og motehusene. De fleste byer har et særpreg, en identitet og en signatur.¹⁴

Gold og Ward (1994:2) definerer ”place promotion” som *”the conscious use of publicity and marketing to communicate selective images of specific geographical localities or areas to a target audience”*. De påpeker at promoteringen av utvalgte image har en lang historie, hvor virkemidlene har vært annonser, plakater og brosjyrer med klisjefylte slagord og symboler med den hensikt å selge en vare, service eller et sted. Gold og Ward påpeker at det finnes en betydelig motsetning i promoteringen av et sted. På den ene siden har stedsmarkedsføring i deler av Europa tradisjonelt sett et aspekt av offentlig eller delvis offentlig politikk. Med dette menes at det er forventet at den offentlige politikken tar utgangspunkt i velferdspolitikken i arbeidet med promotering av et sted. Den offentlige politikk skal være effektiv i å promotere kvalitetene ved stedet, uten at dette skal gå ut over naboregioner og nabosamfunn. Det kan hevdes dette vil kunne skje dersom naboregioner blir ekskludert eller nedprioritert i kampen om sosiale goder og velferdstilbud, eller ved at deres attraktivitet synker parallelt med naboregionens nyskapte popularitet og image. På den andre siden er nå stedsmarkedsføring sterkt påvirket av de fremvoksende markedsprinsippene. Dette betyr at steder må konkurrere med andre steder som profitorienterte kommersielle enheter. Som et resultat av denne utviklingen pekes det på at profesjonelle stedspromotører ble rekruttert fra næringslivet fremfor offentlig sektor.

Det fremvoksende fokuset på økonomisk vekst i utviklingsprosjekter har ført til at sosial velferdsproblematikk kommer i andre rekke, og er dermed avhengig av at positiv utvikling på et sted, forplanter seg til andre områder i nærheten. I følge Gold og Ward (1994) er dette en såkalt ”trickle down effect” i økonomisk utvikling. Det er imidlertid ikke gitt at dette er en positiv konsekvens av økonomisk utvikling, men en potensiell ringevirkning av strategier for å oppnå økonomisk vekst

¹⁴ http://www.statsbygg.no/aapentrom/arkiv/nr4_2001/artikler/bjorvika.htm. (23.04.09. Kl.14:31).

Gold og Ward (1994) peker på flere utfordringer ved markedsorientert stedspromotering. For det første er markedsføring en forretningspraksis som tar utgangspunkt i å promotere et spesifikt definert produkt, som bokstavelig talt skal selges til definerte kunder. De hevder at det ikke er mulig å markedsføre et sted på samme måte som en vare, og det av flere grunner. For det første er det ikke helt klart hva produktet egentlig er, heller ikke hvordan konsumerer av sted skjer. Selv om markedsføringspraksiser gjør steder om til varer, er steder i virkeligheten komplekse enheter, bestående av varer, servicetilbud og opplevelser som konsumeres på ulike måter.

I følge Holcomb (1993) har stedsmarkedsføring blitt en milliardindustri i USA, hvor konsulent-, PR- og reklamebyråer spesialisere seg på bruk av reklame og annonser for å selge steder, regioner og feriedestinasjoner. Med bakgrunn i dette hevder Holcomb at en konsekvens av tid-rom-sammentrekking er at steder blir som varer man skal konsumere. Dermed inntreffer det han kaller "place-marketing", hvor steder designes for å tiltrekke en bestemt målgruppe. Arkitekter kan også være sentrale aktører i markedsføring og salg av byer (Skogheim og Røe 2003). Skogheim og Røe påpeker at arkitekter kan få oppdrag som inngår i profileringen og imagebygging med tanke på å tiltrekke seg attraktive virksomheter og mennesker. Arkitektens kompetanse kan brukes til å utforme det som private entreprenører for eksempel anser for å være viktige imagebyggende enkeltelementer i et prosjekt. Videre hevder Skogheim og Røe at arkitekturen er det symbolske uttrykket for makt mellom nettverk av aktører, offentlige og private, fagprofesjonelle og politiske.

2.4.1 Det kreative image

Ved å bruke PR- og reklamebransjen i stedsmarkedsføringskampanjer, inntreffer det paradoksale at stedene blir homogenisert (Holcomb 1993). Stedene blir snarere likere hverandre enn mer forskjellig, fordi det er så mange likheter i markedsførernes egne forståelser av sted og stedsimage. Når steder skal markedsføres fokuseres det ofte på det visuelle. Man kan også si at steder blir laget for øyet. Derfor blir arkitektur, design og markedsføring de ledende profesjonene innen stedsmarkedsføring. Andre sentrale begreper i slik merkevarebygget stedsutvikling er "kreativ klasse" og "bohem-indeks". Begge begrepene er myntet på fenomener som har med globalisering, økonomi og lokalisering å gjøre. Richard Floridas bok "The Rise of the Creative Class" (2002) har fått stor betydning for utviklingen

innen by- og stedsutvikling, også i Norge. De stedene som greier å tiltrekke seg den kreative kapitalen - altså kreative folk - vil også bli fremtidens økonomiske vinnere. Derfor blir det viktig for by- og stedsutviklere å designe stedet slik at det tiltrekker seg denne målgruppen. Noe av det som gjør steder attraktive for den kreative klassen har vist seg å være ”bohem-indeks” og ”gay-indeks”, med andre ord en høy konsentrasjon av kunstnere og homofile. Florida har funnet en sterk sammenheng mellom lokalisering av high-tech bedrifter, økonomisk vekst og stedets høye bohem- og gay-indeks. Og det er kanskje ikke så rart, skriver Florida, at økonomisk vekst inntreffer på steder som er tolerante, heterogene og åpne for kreativitet, med andre ord steder der kreative mennesker av alle sorter ønsker å bo (Florida 2002). Dette er byer som inneholder de tre T’ene, talent, teknologi og toleranse. Likevel kan det hevdes at prosessen med å skape økonomisk vekst er mer kompleks enn at økonomisk vekst vil skje der det finnes kreative mennesker. Floridas sammenheng mellom teknologi, talent og toleranse kan dermed leses mer som en indikasjon for økonomisk vekst, enn et direkte resultat av forholdene.

I dag konkurrerer byer og regioner om å tiltrekke seg den kreative klassen, og mange steder spiller bohemene, festivalene og de monumentale kulturhusene en hovedrolle. En målgruppebasert byplanlegging gjør i praksis markedsføring til en hovedprofesjon i prosessen; markedsføreren arbeider med å tilpasse ”produktet” til kunden, altså gjennom å merkevarebygge selve stedet.

Gjennom stedsmarkedsføring og oppbygging av et positivt stedsimage, skapes det muligheter. Dette kan bidra til å synliggjøre aktiviteter og rekreasjonsmuligheter, eller ved å tilrettelegge for kreativ utfoldelse. Men det kan også føre til konkurranse mellom steder, som Harvey (1989) påpeker potensielt vil kunne skape både vinnere og tapere. Dette er en naturlig konsekvens av den interurbane konkurransen som har vokst frem med en stadig mer globalisert og markedsstyrt byutvikling.

2.4.2 Det marginaliserende image?

Harvey (1989) synes det er problematisk å drive merkevarebygging som han mener ekskluderer noen sosiale grupper, og som dermed dekker over sosiale problemer som oppstod som en konsekvens av økonomisk og politisk restrukturering på 1970- og 80 tallet. Dette har Harvey pessimistisk karakterisert som ”a carnaval mask”. Metaforen beskriver

hvordan lokale og nasjonale politikere forsøker å dekke over økende sosial ulikhet, polarisering og konflikt mellom byer.

Experience from cities both in the USA and in western Europe suggests that cultural policy led regeneration strategies – particularly when they are focused upon city centre-based "prestige" projects – may bring few benefits to disadvantaged social groups.

(Bianchini og Parkinson 1993:168).

Det både Harvey og Bianchini og Parkinson er kritiske til, er i hvilken grad kulturbasert byutvikling handler mer om image og retorikk, enn om virkeligheten. Som jeg har vært inne på tidligere, er også Philo og Kearns (1993) kritiske til dette, ved at kultur spiller en viktig rolle i produksjonen av uekte byimage. Konsekvenser av globalisering og interurban konkurranse har ført til økende fokus på å tiltrekke seg kapital og investeringer gjennom imagebygging og stedsmarkedsføring. På grunn av konkurranseforholdet mellom byer mener Harvey (1989) at byer har gjort seg avhengig av denne imagebyggingen. Det er på denne måten han mener at kulturbasert utvikling skaper vinnere og tapere. Byers image og omdømme endres, men det gjør nødvendigvis ikke levestandarden til innbyggerne. Lokale interesser blir ikke hørt når større økonomiske hensyn dukker opp. Sosiale problemer tas ikke ved roten og mennesker som ikke er en del av den "kreative klassen" risikerer å bli ekskludert fra en rekke arenaer. Zukin (1982) har vært en av dem som har stilt seg kritisk til hvordan kultur brukes i byutvikling, hvilken kultur som nyter godt av den nye interessen og hvilke av byens innbyggere som tjener på denne utviklingen. Hun mener at kultur- og underholdningsbasert urban utvikling i flere tilfeller har ledet til privatisering av offentlig rom. I et inkluderende offentlig rom har alle mennesker mulighet til å delta. Konsekvensene av privatiseringen av det offentlige rom er at noen grupper mennesker blir ekskludert fra steder de egentlig har rett til å være. Når steder utvikles med hovedsakelig kommersielle tilbud blir stedet dermed utilgjengelig for mange.

Byer konkurrerer nå i større grad ved å gjøre seg til særegne steder for konsum for å tilfredsstille nye krav til kommersialisert fritid, rekreasjon og opplevelser. En storsatsing på kjøpesentre på 1990-tallet i vestlige byer, markerer en ny trend i postmoderne byutvikling (Mitchell 2003). Denne utviklingen har ført til at mange populære og brukte byrom ikke lenger er tilgjengelige for alle. Når privateide byrom overtar som de viktigste møtestedene og oppholdsstedene i byen, på bekostning av det offentlige byrommet, setter de private eierne

rammer for hvem som slipper inn og hva som er akseptabel oppførsel. På grunn av mangel på økonomisk, sosial eller kulturell kapital, kan mennesker dermed nektes adgang.

Lees (2003) mener derfor at det er et paradoks at byutvikling som skal fremme kulturelt mangfold, på samme tid utviklinger former for konsum og sosial kontroll som hemmer fremveksten av mangfold.

2.4.3 Risiko forbundet med å kopiere en suksess-strategi

Har bymyndighetenes oppgave blitt redusert til å tilrettelegge for private aktører? Dersom balansen mellom offentlig og privat styring ikke opprettholdes, er det ofte bymyndighetenes rolle som svekkes. Dette kan resultere i at byutviklingen i stor grad privatiseres (Zukin 1995). Kommuner velger private aktører som kan bidra med økonomiske midler. De private selskapene investerer ofte i strategier som tidligere har gitt profitt, og med samme strategi som fungerte for å oppnå denne profitten.

Slike strategier er Jessop svært skeptisk til. Jessop (1996) hevder at når byer taper i denne interurbane konkurransen, skyldes dette ofte at byene prøver å kopiere en annen bys suksess-strategi. Jessop baserer sitt teoretiske rammeverk på Schumpeter, som definerte entreprenørskap utifra en tanke om at byer skal oppnå profitt gjennom nye innovasjoner som blir tilført markedet. Her skiller Schumpeter (1934, i Jessop 1996) mellom entreprenørskap rettet mot "strong competition" og "weak competition". Disse begrepene kan forstås som sterkt og svakt entreprenørskap. Sterkt entreprenørskap refererer til en strategi for å oppnå plussumspill, altså hvor målet er å forbedre et steds konkurranseevne gjennom innovasjon. På den andre siden refererer svakt entreprenørskap til nullsumspill, som handler om å tiltrekke seg investorer og ellers sikre omfordeling av allerede eksisterende ressurser. I den sistnevnte strategien legges det ikke, eller lite, vekt på innovasjon. Jessop understreker at det er svært få byer som kvalifiserer til tittelen sterkt entreprenørskap. Dette begrunnes med at det er få byer som er orientert mot å sikre bærekraftige konkurransefortrinn gjennom økonomiske, politiske og sosiale innovasjoner. I stedet kopierer byer "suksessoppskrifter" fra andre byer. Fordi den kopierte vekststrategien ikke nødvendigvis passer inn i en ny lokal kontekst, er dette en risikabel strategi.

Garcia (2004) er kritisk til om byer som inngår i den interurbane konkurransen klarer å ivareta sitt unike lokale særpreg og karakter. Jo tydeligere en by er i sin formidling av sin

lokale egenart, desto klarere profil fremstår byen med, hevder Garcia. Jessop (1996) mener at paradokset i imagebygging og stedsmarkedsføring ligger i å kopiere suksessoppskrifter. Dette fører nemlig svært ofte til at byer og bysentrum i større grad blir like. Strategien kan dermed ende med å svekke det som var ment å være et konkurransefortrinn.

Også Bianchini (i Bianchini og Parkinson 1993) har flere kritiske innvendinger til hvilke kollektive sosiale og økonomiske goder kulturpolitikken fra 1980-tallet, og hva satsingen på kulturplanlegging i sjøfronten har ført til. Bianchini viser til casestudier han har gjort, og påpeker at den direkte påvirkningen fra kulturpolitikken på 1980-tallet, har hatt en begrenset effekt på å skape flere arbeidsplasser og økonomisk velstand. Likevel påpeker han at kulturpolitikken også har hatt en fremtredende rolle i å skape positive byimage, utvikle turistindustrien, tiltrekke investeringer, og å styrke byers konkurranseposisjon. Bianchini understreker at med et styrket image og konkurranseposisjon oppstår det ofte en konflikt mellom mål om å opprettholde prestisjefylte fasiliteter innenfor "høykultur", øremerket velstående turister som foretrekker eksklusivitet, og å åpne opp tilgangen for en større del av den lokale befolkningen. Det er nemlig spenninger mellom å bruke kulturpolitikk til å fremme såkalte "internasjonale strategier", som å tiltrekke investeringer, turister, næringsliv og arbeidskompetanse, og behovet for å beskytte og utvikle lokal og regional identitet. Bymyndigheter har forsøkt å håndtere slike problem ved å utvide kulturbegrepet innenfor kulturpolitikken, og prøver å utvikle bysentrum med fokus på det varierte sosiale og kulturelle livet som utspiller seg der. Tiltross for disse forsøkene, understreker Bianchini at det er vanskelig å balansere ulike prioriteringer, interesser og press innen kulturpolitikken.

2.5 Nye styringsformer: Fra "government" til "governance"

Overgangen fra industrisamfunn til service- og tjenestesamfunn, markerer også overgangen fra government til governance i bypolitikken (Hall og Hubbard 1996). Den tradisjonelle styringsformen kalles government, da den i stor grad handlet om sterk statlig styring og regulering gjennom offentlige institusjoner. De få folkevalgte styrer her på vegne av de mange som har valgt dem. Myndighetenes rolle var å være en stabilisator i det kapitalistiske samfunnet ved å sørge for sosio-romlig utjevning innenfor den keynesianske velferdsstaten (Bergsli 2005). Bergsli hevder at fremveksten av en nyliberal ideologi på 1980-tallet har ført

til en vending i bypolitikken, som relaterer til en ny form for lederskap definert som governance.

2.5.1 Governance-strukturer

Governance-begrepet er populært, men upresist, og det finnes ulike definisjoner på hva governance innebærer. Begrepet har dermed blitt et paraplykonsept for et spekter av tolkninger, og kan derfor være vanskelig å få grep om. Rhodes (1996:653) har identifisert seks ulike bruk av begrepet, og da referer han til; "the minimal state", "a corporative governance", "new public management", "good-governance", "socio-cybernetic system" og "self-organizing networks". Rhodes er ikke alene om å hevde at governance begrepet brukes på ulike måter. Ifølge Leitner og Sheppard (1998) fremheves governance som refererer til en utvikling av styringsmåten i byer, hvor grensene mellom offentlig og privat sektor har blitt mer uklare, som en av de viktigste sidene ved governance-strukturer. Leitner og Sheppard hevder at det er den interurbane konkurransen som har ført til fremveksten av governance som strategi for byutvikling. De påpeker at governance er kjennetegnet av at offentlige og private aktører inngår i nettverk, også med hverandre. I tillegg har næringslivsledere fått en viktig posisjon. Leitner og Sheppard mener at målet i stor grad er å skape økonomisk vekst. For å oppnå økonomisk vekst satser slike governance strategier ofte mot høyteknologiske bransjer, forsknings- og utdanningsinstitusjoner, servicesektoren og turisme. I tillegg er det et mål å skape et attraktivt miljø som tiltrekker kompetent arbeidskraft og kunder i disse bransjene. Dette resulterer ofte i bylandskap rettet mot konsum og rekreasjon i form av kjøpesentre, konserthus og museer, særlig for velstående innbyggere og turister. Som jeg har vært inne på, er dette er tiltak som byer bruker i den interurbane konkurransen for å markedsføre seg (Kearns og Philo 1993).

2.5.2 Nyliberal forståelse av governance

En utbredt forståelse av governance er å forstå begrepet i et nettverksperspektiv, som representerer et alternativ til den demokratiske idealprosessen "government" (Fimreite 2005). I motsetning til Leitner og Sheppards (1998) tilnærming til governance, ser nyliberalister mulighetene med governance-strukturer fremfor utfordringene. Mye av governance litteraturen er opptatt av hvordan offentlige institusjoner kan styrke sin

handlingskapasitet gjennom å inngå i nettverk med aktører fra både privat og offentlig sektor (Fimreite 2005). Om ikke oppgaver kunne privatiseres, understreker hun at det var nødvendig med et tettere samarbeid med privat sektor. På denne måten kunne man utnytte næringslivets ressurser og ekspertise for å fremme omstilling og økt serviceorientering. Partnerskapenes hensikt er i følge Arbo (2002) å mobilisere privatkapital for blant annet å modernisere offentlig infrastruktur og tilhørende serviceytelser. Denne type partnerskapstenkning finnes også i Norge, spesielt på fylkesnivå har det vært intensjoner om å inkludere privat næringsliv i utviklingsarbeid (Fimreite 2005). Partnerskapstanken dukket opp i kjølvannet av høyrebølgen som ble ledet an av statsminister Margaret Thatcher og president Ronald Reagan på 1980-tallet. I den nyliberale retorikken var det frie markeder som skapte vekst og rikdom. Markedet ble symbolet for dynamikk, positive utfordringer og individuelle sjanser, mens staten ble forbundet med en treg og byråkratisk styringsform. Hensikten med partnerskap karakterisert som en governance-struktur, kan i følge Arbo (2002) fremme en mer forhandlingsbasert styreform, som skal fremme innovasjon, samarbeid, aktivisering og tillitt. Ved en bredere koordinering av beslutninger og investeringer på tvers av enheter, sektorer og nivåer, kan partnerskap redusere usikkerhet ved deling av ansvar og risiko. På denne måten blir det mulig å ta større løft i fellesskap.

Partnerskap blir ofte behandlet som en gitt og selvsagt størrelse, men partnerskap kan anta flere former. Arbo (2002) beskriver flere typer, der i blant *offentlige partnerskap*, hvor aktørene kommer fra forskjellige statlige etater, fylkeskommuner og kommuner. Her er målet økt samarbeid gjennom offentlig samordning. En annen variant er de *korporative partnerskapene* som består av ledende aktører innenfor næringslivet, forvaltning og politikk. De korporative samarbeidstradisjonene handler om å inkludere organiserte interesser i den politiske styringen, samtidig som partene forplikter seg til å samarbeide og stå som medansvarlig for beslutninger og iverksetting. En tredje variant er det Arbo kaller *de mange nettverks partnerskap*. Det finnes altså ikke bare ett partnerskap, men mange, avhengig av politikkfelt, temaområde og konkrete samarbeidsprosjekter. De kan være organisert rundt utdannings- og kompetansesatsing, infrastruktur, forskning og innovasjon, byutvikling eller miljø. Poenget er at det er forskjellige aktører med i de ulike partnerskapene utifra hvilket satsingsområde som står i fokus. I dette tilfellet dreier det seg i stor grad om å sette et partnerskapsnavn på det samarbeidet som allerede foregår på viktige samfunns- og utviklingsområder. Arbo påpeker at i praksis vil partnerskapsarrangementene ofte bestå av en

blanding av de variantene som er nevnt her. De kan omfatte flere eller færre aktører, de kan dekke større eller mindre saksfelt, og de kan variere i hvilken grad de er formålsrasjonell.

2.5.3 Svekket offentlig styring

Politikk som utarbeides med bakgrunn i offentlig-private samarbeidskoalisjoner oppfattes ofte å være spekulative både i form og innhold. Dette er fordi nyliberal ideologi står sterkt i en slik type bypolitikk, hevder Landry 2005. Flere teoretikere har kritisert governance-strategien for å gå på bekostning av tradisjonelle velferdsprioriteringer (Rhodes 1996, Harvey 1989, Leitner og Sheppard 1998). De hevder at en sterk vektlegging av byers økonomiske utvikling og konkurransekraft vil gjøre byutviklingen mindre demokratisk. Makten som ideelt sett har vært samlet i bystyresalen, er nå flyttet til et større antall nettverk. Dette betyr at de folkevalgte mister noe av grepet om utformingen av bypolitikken (Fimreite et al. 2005). Det blir trukket frem at politikernes muligheter for å føre en helhetlig politikk reduseres når andre aktører blir en del av samfunnsstyringen. Dette skjer sentralt, men særlig lokalt. Leitner og Sheppard (1998) hevder at nabolagsgrupper og deres interesser ofte ekskluderes fra politikkutformingen i samarbeid hvor næringsaktører får en ledende rolle i byutviklingsspørsmål.

Med Storbritannia som case, hevder Rhodes at utviklingen av governancestyre har ført til *"the hollowing out of the state"* (1996:661). Offentlig sektor blir mindre og mer fragmentert, og denne uthulingen hevdes å skape flere sosiale problemer. I likhet med Rhodes, mener Imrie og Raco (1999) at endringene i hvordan byer styres, vitner om en offentlig sektor som blir mer lik privat sektor i form av vekstorientering, fleksibilitet og økt risikotaking. Dette påvirker også den fysiske planleggingen. Bowitz og Høegh (2005) påpeker at det tidligere i stor grad var kommunen selv som stod for utarbeidelse av reguleringsplaner for et område. Nå er det først og fremst de private interessentene som utarbeider forslag til reguleringsplan, mens plan- og bygningsetaten vurderer, anbefaler og legger frem planer for vedtak. Endelig planvedtak foretas på politisk nivå (Bowitz og Høegh 2005). Tiltross for nyere planleggingsteorier som vektlegger kommunikasjon og samarbeid, understreker Bowitz og Høegh behovet for at kommunene har en rasjonalistisk tilnærming til sin rolle som plan- og reguleringsmyndighet. Med det mener de at det er nødvendig at kommunen har klare mål for hva de ønsker å oppnå gjennom arealregulering og byutvikling.

Mye av byutvikling i dag foregår på markedets premisser. Det er private eiendomsutviklere, statlige eiendomsselskaper eller eiendomsbrukere som har kapital og realiseringsevne.

Kommuner har reguleringsmyndighet, men har ofte svært liten finansiell evne til å følge den opp. Som en konsekvens av mangelen på økonomiske virkemidler, er det kommunale plan- og reguleringsarbeidet avhengig av et samarbeid med store utbyggere og eiendomsutviklere med gjennomføringsevne. Samarbeidet mellom reguleringsmyndighet og private aktører er preget av både felles interesser og interessemotsetninger. Bowitz og Høegh understreker at forutsetningen for å kunne ivareta samfunnets interesser i dette samarbeidet, er at reguleringsmyndighetene har klare oppfatninger om mål, kjerneverdier og virkemidler i byutviklingen. Kommunene må også kunne evaluere virkningene av egne og andres valg i forhold til de mål man ønsker å oppnå.

Kulturens rolle har endret seg til å bli en vare med stort økonomisk potensial i byutviklingsstrategier. At kultur nå brukes som motor for videre utvikling av områder, har ført til at kultur har fått en større samfunnsøkonomisk rolle. Det kan derimot være en utfordring å sikre befolkningen et bredt kulturtilbud, da kulturpolitikken ofte er styrt i skjæringspunktet mellom offentlige og markedsbaserte interesser. Det må fastlegges en utviklingsstrategi som har kulturdimensjonen i seg, og visjonen må på plass tidlig slik at den kan fungere som en samlende paraply for alle parter arbeid. Dette er nødvendig for å kunne enes om utviklingen, påpeker Balkøy (2004). Likevel blir dette en tilbakevendende utfordring, da offentlige myndigheter og næringslivet ofte har ulike målsettinger med å satse på kultur som en strategi for videre utvikling. Der den offentlige politikken har som ansvar å sikre befolkningens interesser, behov og krav, prioriterer ofte næringsaktører merkevarer som sikrer økonomisk vekst og utvikling. En konsekvens av mangel på klare kommunale mål for byutvikling, kan innebære at signalene til utviklere og investorer blir utydelige, og myndighetenes posisjon svekkes. Dermed svekkes også myndighetenes innflytelse på byutviklingen, og de offentlige byplanleggerne utsettes for press fra to kanter; både fra markedet og fra politikerne (Balkøy 2004).

2.5.4 Governance-struktur som et demokratiserende element

På den andre siden hevder Arbo (2002) at de nye samarbeidsløsningene også kan myndiggjøre brukere og beboere, hindre sosial eksklusjon og gi politikerne en klarere lederrolle. Arbo påpeker at når et mål blir å involvere flere interessenter, utgjør dette et demokratiserende element. Dette skjer ved at partnerskapene bidrar til å involvere flere interessenter, og nye røster slipper til. Slik anses samarbeidsløsninger å åpne opp for læring og mer refleksiv styring, ved at deltakerne bringes inn i dialoger basert på ulike ståsteder, virkelighetsoppfatninger og erfaringer. Partnerskap er et samarbeid mellom selvstendige parter, ofte basert på tverrsektoriell deltakelse, som forutsetter felles ressursinnsats og deling av ansvar og risiko.

Ifølge Arbo (2002) er partnerskapskonseptet i norsk sammenheng drevet frem ovenfra. Staten har vært en betydelig pådriver for omstilling i offentlig sektor, med økt fristilling og konkurranseutsetting som viktige innslag. Da deindustrialiseringen på slutten 1970-tallet førte til stor arbeidsledighet og økonomisk nedgang, gikk lokale myndigheter i Norge sammen med næringsliv og sivilsamfunn for å prøve å snu utviklingen. Ingen av dem kunne håndtere oppgavene alene, men i fellesskap satset de på å mobilisere ressurser og skape ny aktivitet. Dette ble et bevis på at dersom offentlige myndigheter og næringslivet kan samarbeide og utnytte hverandres ressurser, kan det utgjøre betydelige gevinster.

Et hovedpunkt er at partnerskap bryter ned det gamle mønsteret der privat og offentlig sektor opererer på armlengdes avstand med gjensidig mistro og mistillit (Arbo 2002). Partnerskap handler om å fremme dialog og tillit mellom selvstendige parter. Dette skal skape nye møteplasser og samhandlingsarenaer. Gjennom partnerskapene kan ulike typer kompetanse og erfaring kombineres. Samarbeid antas dessuten å stimulere til nytenkning og kreativitet, noe som gir økt beredskap for forandring. Koordinering av beslutninger og investeringer på tvers av sektorer vil også kunne forbedres gjennom partnerskap. Dersom dette fører til en utvikling av nye og mer hensiktsmessige former for arbeidsdeling, kan dette bidra til å muliggjøre større løft i fellesskap. Dette understreker Arbo vil kunne gi en bedre problemløsning og utnytting av eksisterende ressurser.

2.6 Oppsummering

Teorien som er presentert om kultur som strategi for byutvikling, mener jeg er en interessant tilnærming for å analysere kulturstrategien i Bjørvika. Flere byer har brukt kulturstrategier for å gjøre seg attraktiv i den interurbane konkurransen, for å tiltrekke seg blant annet flyktig kapital, investorer, høykompetent arbeidskraft og turister (Harvey 1989). Som Balkøy (2004) hevder, kan kultur være en viktig merkevaredimensjon som kan skape en positiv by- og tettstedsprofil, øke livskvaliteten for innbyggerne og tiltrekke tilflyttere. På den andre siden påpeker Balkøy at kulturdimensjonen også kan fungere som en motor i byutviklingen som skaper økonomisk aktivitet og et dynamisk næringsliv. Dette kan også bidra til innovasjon i en utvidet kultursektor. På denne måten hevder Philo og Kearns (1993) at imagebygging og stedsmarkedsføring kan være et virkemiddel for å synliggjøre byen i den interurbane konkurransen.

Kulturens rolle har dermed endret seg til å bli en vare med stort økonomisk potensial i byutviklingsstrategier. Hvilke image som skapes og markedsføres er i stor grad avhengig av oppfølging fra både offentlig og private aktører involvert i de ulike utviklingsprosjektene (Fimreite 2005). Fordi kulturpolitikken ofte er styrt i skjæringspunktet mellom offentlige og markedsbaserte interesser, er det en utfordring å sikre befolkningen et mangfoldig kulturtilbud. Balkøy (2004) argumenterer for at dersom man på best mulig måte skal sikre alle parters interesser, må kulturdimensjonen i utviklingsstrategien fastlegges på et tidlig stadium. På denne måten kan visjonen fungere som en samlende paraply for alle parters arbeid. Dette er et sentralt poeng som vil ligge til grunn i min analyse av prosessen rundt forankringen av kulturelle visjoner for den nye bydelen, og hvordan de offentlige og private aktørene samarbeider for å nå disse.

3. Metodologiske og metodiske valg

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for de metodologiske og metodiske valgene jeg har gjort, og hvordan de har påvirket prosessen og resultatet. Jeg har valgt en kvalitativ metodologisk tilnærming fordi utvikling av Bjørvika, Oslos nye bydel, er en prosess hvor det er viktig å forstå hvordan involverte aktører forholder seg til denne. Jeg ønsker å oppnå dybdekunnskap om den utviklingen som foregår, og med en kvalitativ tilnærming kan jeg oppnå dette.

Utgangspunktet for min oppgave har vært å belyse hvordan kultur brukes som strategi for sjøfrontsutvikling i Oslo. Jeg forsøker å beskrive Oslo kommunes målsettinger ved strategien, og hvordan kulturdimensjonen brukes i imagebygging og markedsføring av Bjørvika. I tillegg ønsker jeg å undersøke hvilke muligheter og utfordringer det ligger i å implementere kulturdimensjonen i et offentlig-privat samarbeid.

Jeg vil først redegjøre for hva som karakteriserer kvalitativ forskning, deretter vil jeg utdype hvorfor og hvordan jeg har brukt case-studie som strategi. Videre vil jeg ha en gjennomgang av hvilke informanter jeg har valgt, hvordan jeg rekrutterte dem, og tilslutt den praktiske gjennomførelsen av intervjuene. Dette følges opp med en refleksjon av min egen posisjonaltet. I neste avsnitt vil jeg gå nærmere inn på analysearbeidet. Til slutt vil jeg vurdere forskningens troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet.

3.1 Kvalitativ forskning

Thagaard (2003) fremhever at når forskjellen mellom kvalitativ og kvantitativ metode skal beskrives trekkes det ofte frem at kvalitative metoder søker i dybden, mens kvantitative metoder vektlegger utbredelse og antall. De ulike metodiske kvalitetene viser hvilke prinsipielle skillelinjer som gjør at kvalitative og kvantitative metoder er basert på ulike forskningslogikk. Kvantitative studier kan omfatte store utvalg, mens kvalitative studier i større grad kan gi mye informasjon om færre enheter. I følge Denzin og Lincoln (1994) innebærer kvalitativ metode å fremheve prosesser og mening, som ikke kan måles i kvantitet eller frekvenser. Kvantitative metoder fokuserer på variabler, relativt uavhengig av den samfunnsmessige kontekst, mens kvalitative tilnærminger omhandler prosesser som tolkes i lys av den kontekst de inngår i.

3.1.1 Forskningsdesign og problemstillinger

Metodevalget er ofte avhengig av forskningsprosjektets problemstilling, og hvordan man ønsker å belyse den. På bakgrunn av det teoretiske rammeverket har jeg i denne oppgaven ønsket å se på hvordan kultur blir brukt som strategi for sjøfrontsutvikling i Oslo. Thagaard (2003) understreker viktigheten av at problemstillingen må være tilstrekkelig avgrenset til at den kan realiseres innenfor de rammene forskeren må forholde seg til. Fjordbyprosjektet er navnet på Oslo kommunes storsatsing på å åpne byen opp mot fjorden. Prosjektet inneholder 13 delområder som skal utvikles til bolig, næring, kultur og rekreasjon til glede og stolthet for hele befolkningen, samt for turister og investorer. Som det største delområdet i Fjordbyen, har jeg valgt å se nærmere på utvikling av Bjørvika. Hovedgrunnen til valget er at området skal prioriteres som et kulturområde, og for å følge opp kulturdimensjonen i planarbeidet er det utarbeidet et kulturoppfølgingsprogram (KOP). KOP er et pilotprosjekt i norsk sammenheng. Interessen ligger særlig i å se nærmere på hvordan kultur skal implementeres for å nå målsettingen om ”levende byliv” og et ”mangfoldig kulturtilbud”, innen et offentlig-privat samarbeid.

Å arbeide med problemstillingene og planlegge forskningsprosjektet er første fase i et forskningsprosjekt. Prosjektets design, altså en plan eller skisse for hvordan undersøkelsen kan legges opp, beskriver retningslinjer for hvordan forskeren tenker seg å utføre prosjektet (Thagaard 2003). Retningslinjene for prosjektet omfatter beskrivelser av hva undersøkelsen skal fokusere på, hvem som er aktuelle informanter, hvor undersøkelsen skal utføres og hvordan den skal utføres. I arbeidet med prosjektets design brukte jeg i starten mye tid på å sette meg inn i Fjordbyplanen generelt, og Bjørvika-prosjektet spesielt. Dette var helt nødvendig for å få en forståelse av innholdet og de politiske vedtakene som lå bak visjonene for prosjektet og selve utviklingsprosessen.

For å kunne besvare problemstillingene mine på best mulig måte, har jeg valgt å bruke kvalitativ metode. Jeg har valgt en kvalitativ tilnærming fordi utviklingen i Bjørvika er en prosess, og dybdekunnskap om hvordan de involverte aktørene forholder seg til denne prosessen, mener jeg er avgjørende for en god besvarelse av mine problemstillinger. For å forklare og beskrive dette har jeg valgt å ta utgangspunkt i kvalitative forskningsintervju og dokumentanalyse. Dette vil jeg komme tilbake til.

3.2 Casestudie som forskningsstrategi

Til nå har jeg redegjort for hvorfor jeg har valgt kvalitativ metode, og hvorfor jeg mener denne metoden er hensiktsmessig for min studie. Jeg har brukt et case-studie som kvalitativ forskningsstrategi, hvor formålet er å trekke ut mye informasjon om noen få enheter eller caser (Thagaard 2003). Stake (2005) påpeker viktigheten av å understreke at case-studier er et valg av hva som skal studeres, ikke hvilke metoder som skal brukes. Caset representerer derfor en empirisk avgrensning av undersøkelsesområdet, som for eksempel en organisasjon eller gruppe, hvor fokuset i analysen blir rettet mot en eller flere enheter som utgjør undersøkelsens case (Thagaard 2003). I denne oppgaven, som i stor grad handler om kulturpolitikken bak Bjørvika-satsingen, har jeg som sagt forsøkt å avgrense forskningsområdet til å prøve å forstå hvordan kultur brukes som en strategi for utvikling, sett fra et governance-perspektiv.

Selv om case-studier ofte knyttes til kvalitative metoder, er dette på ingen måte gitt. Caset er fenomenet som skal undersøkes, og metodene som brukes kan være av både kvalitativ og kvantitativ art. Dette fører til, som Gomm (2006) poengterer, at begrepet case-studie brukes i for generelle termer. Dette kan ha en sammenheng med at case-studier ofte baserer seg på flere kilder av data, som for eksempel observasjon, dokumentanalyser og intervju (Yin 1984 i Thagaard 2003). Også Stake (2005) erkjenner at nær sagt hva som helst kan bli omtalt som case i en forskningssammenheng, og vektlegger viktigheten av at enheten som undersøkes er avgrenset, spesifikk og unik. Hovedpoenget er å skaffe mye informasjon om de få enhetene det fokuseres på i undersøkelsen. Videre er det viktig å understreke at forskeren studerer selve caset, og ønsker å tilegne seg mer kunnskap om dette, uten å generalisere sine funn.

3.2.1 Bjørvika som case

Yin (2003) mener at case-studiet har særlige fordeler som en “forklarende” strategi, og hevder at case-studier egner seg for bruk når: *“how or “why” questions are being posed, when the investigator has little control over events, and when the focus is on a contemporary phenomenon within some real-life context”* (2003:1). For det første mener jeg at min oppgave egner seg som en casestudie med bakgrunn i mine problemstillinger. Her stiller jeg spørsmål ved “hvordan” kultur brukes som en strategi for utvikling, og hvordan kulturdimensjonen benyttes innen imagebygging og stedsmarkedsføring i Bjørvika. Til slutt

spør jeg ”hvorfors” det finnes utfordringer med å implementere et mangfoldig kulturtilbud i et offentlig-privat samarbeid. For det andre er utviklingen av Bjørvika en pågående prosess i en dagsaktuell kontekst. For det tredje mener jeg at Bjørvika egner seg som et case-studie fordi tilsvarende utvikling av sjøfronter også utvikles i andre byer. Det var da kulturminister Trond Giske og byrådsleder i Oslo, Erling Lae, offentliggjorde våren 2008 at Munch/Stenersenmuseet og Deichmanske hovedbibliotek skulle samlokaliseres ved siden av operaen, jeg bestemte meg for å bruke Bjørvika som case. Her så jeg muligheten til å skrive en oppgave om sjøfrontsutvikling i en norsk kontekst, med kultur som et sentralt element i planleggingsstrategien. Det som jeg synes er interessant med Bjørvika som case er på den ene siden den optimismen som finnes hos blant annet politikere og offentlige planleggere for satsingen på kunst- og kultur. På den andre siden synes jeg utviklingen i Bjørvika er interessant fordi det finnes så mange utfordringer forbundet med slik satsing innenfor et offentlig-privat samarbeid.

Det finnes to hovedtyper av casestudier; flercase og enkeltcase. I begge tilfeller analyserer man kontekstuelle betingelser i forhold til fenomenet, i følge Thagaard (2003). Hun fremhever at kjernen i studier av flercase er at det er komparative design hvor hensikten ligger i å gjøre sammenligninger av to eller flere case i rom eller tid. Enkelcase derimot, påpeker Hammersley og Gomm (2006) innebærer at man studerer ett fenomen i forhold til én kontekst, og dette fenomenet studeres i dybden. Utviklingen av Bjørvika som en kulturelt mangfoldig bydel kan etter min mening studeres som et enkeltcase fordi jeg velger å studere Bjørvika som ett fenomen i én kontekst. Jeg ser til andre lignende case for å underbygge eller problematisere mine funn, men utover det er ikke mitt formål å sammenligne to eller flere case med hverandre.

3.2.2 Ulike hensikter med case-studier

Et case-studie kan også ha en beskrivende, forklarende eller eksplorerende vinkling (Thagaard 2003). Foruten ønsket om å presentere og analysere rikholdig informasjon om de eller den enheten det fokuseres på i studien, er det ulike syn på verdien av en case-studie. Stake (2005) finner det nyttig å dele inn casestudier i tre ulike typer: *Intrinsic*, *instrumental*, og *multiple or collective case studies*. En casestudie er *intrinsic* dersom studien først og fremst ønsker en bedre forståelse av det spesifikke caset. Formålet er ikke å generere teori,

men undersøkelsen blir foretatt på grunnlag av en reell interesse i for eksempel en bestemt person, en organisasjon eller et geografisk avgrenset område. Min case er valgt med en spesiell interesse for et område i utvikling. Jeg anser utviklingen av Bjørvika som en kulturbydel i Oslo som et spesielt fenomen i seg selv, og noe jeg har lyst å få mer kunnskap om. Min undersøkelse er ikke eksplorerende på den måten at jeg ønsker å etablere nye teorier, men i stedet velger en forklarende og beskrivende vinkling. Med en ”forklarende vinkling” mener jeg at utviklingen i Bjørvika tolkes utifra teori om nyere byutvikling. Dette er utgangspunktet for min analytiske redegjørelse av hvordan jeg forstår implementeringen av et mangfoldig kulturtilbud i et offentlig-privat samarbeid. I tillegg vil jeg foreta dokumentanalyser og intervjuer, og sette informasjon opp mot hverandre for å prøve å forstå prosessen i kulturplanleggingen bedre. I tråd med en abduktiv tilnærming, vil jeg likevel vise til andre eksempler på samme utvikling i andre byer i teoridelen. Dette gjør jeg for å belyse ulike muligheter og utfordringer som har oppstått andre steder, noe som gir grunnlag for å diskutere på hvilke måte man kan lære av andre, og hvordan man skal bruke denne kunnskapen i praksis. Jeg ønsker ikke å kunne generalisere mine funn, men har som målsetting å kunne bidra med en viss overførbarhetsverdi. Graden av overførbarhet vil jeg diskutere nærmere senere.

3.3 Innsamling av data: Dokumentanalyse og intervju

Yin (2003) vektlegger bruk av datatriangulering som strategi for datainnsamling i casestudiet, for å oppnå en bedre forståelse av fenomen og kontekst. Med datatriangulering menes en strategi hvor forskjellige metoder tas i bruk. Jeg har brukt dokumentanalyser og kvalitative forskningsintervju som metode i denne masteroppgaven, og det betrakter jeg som en form for datatriangulering. Alle data både fra dokumentanalysene og intervjuene brukes i midlertidig til å belyse de samme problemstillingene. Dokumentanalyse har en lang tradisjon innen kvalitativ forskning, og skiller seg fra data forskeren har samlet inn i felten ved at dokumentene er skrevet for et annet formål enn det forskeren skal bruke det til (Thagaard 2003). Siden denne oppgaven blant annet tar for seg Oslo kommunenes visjoner for kulturplanlegging i Bjørvika, og disse visjonene blant annet er forankret i et kulturoppfølgingsprogram som er et offentlig initiert tiltak, har dokumenter vært en naturlig kilde for analyse. I tillegg har jeg tatt i bruk reguleringsplanen fra 2003, bebyggelsesplaner

og avisartikler samt andre relevante skriftlige dokumenter knyttet til kulturplanleggingen i Bjørvika. Dokumenters viktigste funksjon i en casestudie, er i følge Yin (2003) å bekrefte og styrke funn basert på andre kilder. Der hvor jeg har brukt ulike aktører som jeg ikke har kontaktet for å intervju, som for eksempel kulturminister Trond Giske, byrådsleder Erling Lae og direktør for Plan- og bygningsetaten, Ellen de Vibe, har jeg referert til dem gjennom avisartikler. Cloke (2004) understreker at leseren av avisartikler må være bevisst på at journalistens eventuelle ønske om å fremme en bestemt agenda kan gå ut over en nyansert fremstilling av saken. Dette har jeg også forsøkt å være bevisst på gjennom kritisk lesning av avisartiklene.

3.3.1 Strategisk utvalg av informanter

Jeg har benyttet meg av kvalitative intervju for å få en dypere forståelse av hvordan de ulike aktørene tenker i forhold til selve utviklingen av Bjørvika som ny bydel, og hvordan de forholder seg til at kultur er en strategi for å oppnå både kulturell, økonomisk og sosial utvikling. I alt gjennomførte jeg 12 intervjuer, med totalt 13 informanter. På forhånd gjorde jeg et strategisk utvalg (Thagaard 2003), hvor jeg valgte informanter som hadde egenskaper eller kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til problemstillingene mine. Siden jeg skriver om et offentlig-privat samarbeid rundt sjøfrontsutviklingen i Bjørvika, valgte jeg ut informanter på bakgrunn av yrkestittel og yrkesposisjon.

Jeg har arbeidet ut i fra tre etiske grunnprinsipper innen kvalitativ forskning. For det første har informantene mine gitt et informert samtykke (Thagaard 2003) til å delta i studien på bakgrunn av opplysninger om tema og formålet med undersøkelsen. Jeg valgte å ta kontakt med informantene via e-post hvor jeg presenterte meg og prosjektet mitt. I samme e-post understrekte jeg at prosjektet mitt var godkjent av Norges Samfunnsvitenskapelige Datatjeneste (NSD). Dette gjorde jeg for å styrke troverdigheten av at dette er et seriøst masterprosjekt. I tillegg ble det sendt med et vedlegg som blant annet beskrev hvordan jeg ville referere til informantene i selve oppgaven. Av alle informantene var det kun en av dem som skrev under og sendte vedlegget tilbake til meg, men alle informantene samtykket muntlig da jeg refererte til vedlegget.

For det andre trekker Thagaard (2003) frem konfidensialitet som et viktig grunnprinsipp

innenfor en etisk forsvarlig forskningspraksis. Bjørvika-prosjektet har et begrenset antall involverte aktører, og miljøet er derfor gjennomskiktig. Med bakgrunn i mitt strategiske utvalg av informanter, vil jeg likevel referere til informantene gjennom det byrådet, den etaten, organisasjonen, institusjonen, eller selskapet de tilhører. Dette mener jeg er forsvarlig fordi jeg ikke tar opp veldig sensitive tema. Jeg anonymiserer informantene mine i form av at jeg ikke oppnever dem ved personlig navn, men gjennom den byrådsavdelingen, kommunale etaten, organisasjonen eller den bedriften de tilhører. Jeg mener likevel dette er en forsvarlig grad av anonymisering, med bakgrunn i det informerte samtykket informantene har gitt. Jeg ønsker å ha med yrkestittelen deres, fordi jeg mener dette både kan hjelpe med å forstå utviklingsprosessen, og hvordan ulike aktører forholder seg til kultur som strategi for byutvikling. Med respekt for informantenes anonymitet, mener jeg det er forsvarlig å si at jeg har intervjuet en representant fra byråd for byutvikling (H), en representant fra byråd for kultur- og utdanning (H), et medlem av byutviklingskomiteen (V), en sentral planlegger ved Plan- og bygningsetaten (PBE), en representant fra Fjordbykontoret, en informant fra Hav eiendom AS (HAV), to representanter fra Oslo S Utvikling AS (OSU), en representant fra Bjørvika Utvikling AS (BU), en representant fra Bjørvika Infrastruktur (BI), en arkitekturjournalist fra Arkitektnytt, et styremedlem i Oslo Bys Vel, og en stipendiat fra Arkitekt- og design Høyskolen i Oslo (AHO). Det innsamlede datamaterialet skal ikke brukes videre etter prosjektets slutt. Intervjuene vil bli slettet fra båndopptakeren, og det transkriberte datamaterialet er det ingen andre enn meg som har tilgang til.

Et tredje grunnprinsipp for etisk forsvarlig forskningspraksis er knyttet til de konsekvensene forskningen kan ha for deltakerne (Thagaard 2003). Jeg har forsøkt å være bevisst på å beskytte informantene mot uheldige virkninger av å være med i studien. Jeg har blant annet ikke gitt opplysninger om hva andre informanter har fortalt meg om for eksempel hvordan de opplever samarbeidet med de andre involverte aktørene. Dette har jeg vært bevisst på for å ikke stille aktører innenfor samme prosjekt opp mot hverandre. På bakgrunn av dette mener jeg at informantene mine ikke vil ta skade av å være med i studien min i form av at navnet på byrådsavdelingene, eiendomsutviklingsselskapene, etaten eller organisasjonen blir presentert.

3.3.2 Rekruttering av informanter

Jeg har hatt to runder med intervjuer. I oktober foretok jeg ni intervjuer, og i desember gjorde jeg ytterligere tre intervjuer. Måten jeg gikk frem på for å bestemme disse informantene var ved å lese meg opp på Fjordbyplanen generelt, og Bjørvika-prosjektet spesielt. Som jeg har nevnt valgte jeg å ta kontakt med informantene via e-post hvor jeg presenterte meg og prosjektet mitt.

I følge Thagaard (2003) er intervjuer med enkeltpersoner den vanligste fremgangsmåten, men interessen for grupperintervju har økt. Brandt (1996 i Thagaard 2003) definerer grupperintervju som en metode hvor flere mennesker diskuterer et tema med en forsker som leder og ordstyrer. Av mine tolv intervjuer var et av dem et gruppeintervju, som bestod av meg og to informanter fra samme bedrift. Dette intervjuet ble også det lengste og varte i halvannen time, hvor de andre intervjuene varte ca. en time. Siden jeg skulle intervju to informanter fra samme selskap samtidig, var jeg bevisst på å følge intervjuguiden under intervjuet for å unngå at informantene ville ta over og lede intervjuet. Ved å gjøre dette opplevde jeg å ha styringen over intervjuet. Styrken i dette intervjuet var at informantene utfylte svarene til hverandre godt, og fordi vi var tre ble stemningen litt ledigere enn det den av og til ble på tomannshånd.

Den første informanten jeg tok kontakt med var en representant fra Fjordbykontoret. Jeg håpet på å få et intervju med kontoret for å få en helhetlig forståelse av Fjordbyvisjonen, og hvordan Bjørvika skal inngå i denne. Jeg fikk svært positiv respons på e-posten, og tid og sted for intervju ble avtalt.

Derneft tok jeg kontakt med to byrådsrepresentanter, fra henholdsvis byråd for byutvikling (H) og byråd fra kultur- og utdanning (H), og et medlem av byutviklingskomiteen (V). Disse informantene var interessante for å få belyst den politiske prosessen rundt kulturpolitikken i Bjørvikaområdet. Også disse informantene opplevde jeg som imøtekommende og positive til studien min.

Som eiendomsutviklingsselskaper, og som private aktører i Bjørvika (se figur 3 i kapittel 4.2) var Hav Eiendom AS (HAV) og Oslo S Utvikling AS (OSU) interessante å snakke med for å høre deres visjoner for utbyggingen og utviklingen av den nye bydelen. Informanten fra HAV svarte forholdsvis hurtig på e-posten jeg sendte. Det gjorde i midlertidig ikke OSU,

men etter en hyggelig telefonsamtale ble tid og sted for intervju avtalt. Etter intervjuer med HAV og OSU tok jeg kontakt med deres felles eiendomsselskap, Bjørvika Utvikling (BU). Der fikk jeg heller ikke kontakt via e-post, men etter en telefon ble en intervjuavtale ordnet. Jeg fikk likevel ikke et intervju med en representant fra BU, men fra BUs datterselskap Bjørvika Infrastruktur (BI).

Jeg var i kontakt med flere på AHO, men en var sykemeldt, og en annen for travel på det daværende tidspunkt til å stille opp. Det ledet meg til å ta kontakt med en stipendiat. Stipendiaten var av spesiell interesse fordi vedkommende har vært aktiv i samfunnsdebatter, og ved flere anledninger uttalt seg om utviklingen i Bjørvika.

Den siste informanten i den første intervjurunden, var en sentral person innen Bjørvikaprojektet fra Plan- og bygningsetaten (PBE). Siden informanten har lang erfaring fra projektet hadde vedkommende god oversikt over hva som har skjedd, og hva som skjer i projektet. Videre kom informanten med en nyttig referanse til hvem jeg kunne snakke med om temporære kunst- og kulturprosjekter i Bjørvika. Vedkommende jobber i Bjørvika Utvikling AS (BU) og har vært sentral innenfor temaheftet for kunst. Representanten fra BU ville stille til intervju, og dette var det første intervjuet i den andre intervjuperioden.

Jeg ønsket å snakke med en interesseorganisasjon som har vært involvert i debatter om Bjørvika. Etter litt research besluttet jeg å kontakte Oslo bys vel. Informanten fra Oslo Bys Vel var svært engasjert og kritisk til mye av utviklingen i Bjørvika. Informanten la frem prosjekter han hadde gjort tidligere, men dette var ikke direkte relevant i forhold til kulturplanlegging i Bjørvika, men dreide seg om kontekstuavhengig byplanlegging. Informanten var så engasjert at han i liten grad svarte konkret på mine spørsmål. Det viser seg også i etterkant at lite av dette intervjuet blir brukt i denne oppgaven.

Det siste intervjuet hadde jeg med en arkitektjournalist i Arkitektnytt. Jeg ønsket å snakke med vedkommende, grunnet hans lange erfaring innen byutvikling, både som utøvende arkitekt og som journalist. En av hovedgrunnene til at vedkommende er interessant for oppgaven min er at informanten er svært opptatt av hvilke utfordringer som ligger i offentlig-private samarbeid innenfor byplanlegging.

Til sammen mener jeg informantene mine sikrer en viss bredde av aktører involvert i Bjørvikaprojektet og diskusjonen rundt det. Informantene som har stilt opp har både vært til

stor hjelp med den informasjonen de har kommet med, men også i form av den motivasjonen de har gitt til å arbeide videre med oppgaven. I ettertid av intervjuene og under arbeidet med analysen, kan jeg si at jeg gjerne skulle snakket med kunstnere eller kunstnergrupper som har arbeidet med prosjekter i Bjørvika. Dette kunne vært interessant for å høre deres oppfatning av hvorvidt det er rom for et mangfoldig kulturtilbud i Bjørvika med private aktører som grunneiere og utviklere.

3.3.3 Den praktiske gjennomførelsen av intervjuene

Elleve av intervjuene ble gjort på informantens kontor eller arbeidsplass. Ett intervju ble gjort på teaterbåten MS Innvik i Bjørvika. Intervjuet ble gjort på dagtid, og det var rolig i kafeen. I utgangspunktet styrte jeg intervjuene etter en temabasert intervjuguide jeg hadde laget på forhånd. Guiden kan enten være en grov skisse av hvilke emner som skal dekkes, eller et detaljert oppsett med nøyaktige spørsmålsformuleringer (Kvale 2001). Jeg valgt en grov skisse hvor spørsmålene var forankret i det teoretiske rammeverket som ligger til grunn for oppgaven, samt spørsmål som gikk mer direkte på selve caset. Fordi jeg var ute etter synspunkter fra informantene på bakgrunn av den posisjonen de satt i, ble flere av intervjuene lite strukturerte. Dette har nok en sammenheng med at informantene er vant til å prate og legge frem sitt perspektiv i saken. Det varierte i hvilken grad vi sporet av fra temaene, hvorpå jeg måtte hente oss inn igjen. Enkelte ganger kom informanten med digresjoner med en viss relevans, andre ganger bar digresjonene preg av å ta over hele intervjuet og til å handle om temaer som ikke direkte var interessant for min oppgave.

Etter hvert som jeg opparbeidet meg mer kunnskap om caset klarte jeg i større grad å hente oss inn igjen med å stille relevante oppfølgingsspørsmål. Dette har selvsagt påvirket hvilken informasjon jeg har fått. Likevel mener jeg at denne strategien har fungert bra fordi de overordnede temaene i oppgaven min har blitt tatt opp i hvert intervju. I flere tilfeller har jeg fått vite om elementer som jeg på det daværende tidspunkt ikke var klar over. I hvilken grad disse digresjonene gikk utover annen informasjon som var mer relevant for oppgaven, er vanskelig å måle i ettertid.

I følge Thagaard (2003) kan et kvalitativt intervju formes på tre ulike måter; enten med et lite strukturert opplegg, med et strukturert opplegg, eller med en delvis strukturert tilnærming. Et lite strukturert opplegg er den ene ytterligheten, hvor intervjuet er lite formelt og bærer preg

av en åpen samtale mellom forsker og informant, men hvor hovedtemaene er bestemt på forhånd. Den andre ytterligheten har et strukturert opplegg hvor spørsmålene og deres rekkefølge er fastlagt på forhånd. Hensikten med å bruke denne tilnærningen er å kunne sammenligne informantenes svar etterpå. Den tredje fremgangsmåten, som er utgangspunkt for min studie, er bruk av delvis strukturerte intervjuer. I metodelitteraturen kalles denne formen for *det kvalitative forskningsintervju* (Thagaard 2003). Her er temaene forskeren skal spørre om i hovedsak fastlagt på forhånd, men rekkefølgen på temaene bestemmes underveis. Dette gjør det mulig for forskeren å følge informantens fortelling, men likevel sørge for å få informasjon om de utvalgte temaene. En slik form åpner på denne måten opp for at informant kan ta opp temaer som intervjuer ikke hadde tenkt på i utgangspunktet. Det har også vært gjeldene i for min intervjuprosess.

Jeg har gjort forholdsvis teoristyrte intervjuer, hvor spørsmålene har vært basert på teorier jeg har brukt om kulturplanlegging, imagebygging og governance-styrt byutvikling. Jeg var oppmerksom på at dersom spørsmålene ble for teoretisk abstrakte ville kanskje ikke informanten forstå innholdet i spørsmålet, og jeg ville dermed få mindre informasjon. Selv med informantenes bakgrunn, var det flere begreper informantene var usikre på hvordan skulle brukes. Begrepene ”kunst” og ”kultur” i en byutviklingskontekst er eksempler på dette. På den ene siden ble det gitt uttrykk for at begrepene var så abstrakte at det var vanskelig å forstå hva begrepene inneholder. For å eksemplifisere problemet, står det nedfelt i reguleringsplanen at 1. etg skal brukes til blant annet kulturforhold (Oslo kommune 2003a). Alle aktørene er klar over dette, og det blir trukket frem i flere intervjuer som en kommende kvalitet i Bjørvika. På samme tid understreker de hvor viktig de mener dette er, og at det er noe de er stolte av å være en del av. På mine oppfølgingsspørsmål som går direkte på hvilke type tilbud dette skal være, blir de med en gang usikre. Mye av usikkerheten ligger i at begrepene er så vide at det er vanskelig å konkretisere hva de skal inneholde. Særlig i utviklingsprosessen, mener jeg at innholdet i kunst- og kulturbegrepene bør vært tydelig presisert. Faren ved at aktørene ikke kjenner bredden i kulturbegrepet er at de da ikke har samme forståelse av innhold, som til slutt kan gå ut over den helhetlige kvaliteten i den nye bydelen.

I følge Thagaard (2003) er ofte det rikeste datamaterialet basert på en kombinasjon av lydbånd og notater. Båndopptakeren står på for å få med så mye informasjon som mulig,

samtidig som forskeren noterer i løpet av intervjuet. Etter avklaring med informantene brukte jeg båndopptaker under alle mine tolv intervjuer. Jeg hadde alltid med meg en notatblokk som jeg noterte stikkord på, da gjerne i form av stikkord eller symboler på atmosfæren mellom meg og informanten og hvor informanten ble særlig engasjert eller oppgitt. Ved å ha båndopptakeren kunne jeg forholde meg avslappet til notatskrivingen fordi jeg var trygg på at samtalen ble tatt opp på båndet. Selv om notatene fungerer som en sikkerhet dersom det oppstår tekniske problemer med utstyret, følte jeg flere ganger at notatskrivingen både var distraherende for meg og informanten. Jeg anså det ikke som nødvendig å skrive mer enn stikkord. Skildringer av informantens reaksjonsmønster eller ansiktsuttrykk i selve intervjusitasjonen, mener jeg ikke er avgjørende for min tolkning av dataene.

3.4 Analysearbeidet

Analyseringen av datamaterialet er noe som skjer under hele forskningsprosessen, i følge Thagaard (2003). Thagaard hevder at det ikke er mulig å skille analyse og tolkning fra hverandre fordi man kontinuerlig forsøker å forstå hvordan materialet kan fortolkes. Jeg startet mitt analysearbeid ved å transkribere intervjuene mine. I følge Kvale (2001) blir intervjusamtalene strukturert slik at de er bedre egnet for analyse når intervjuene transkriberes fra muntlig til skriftlig form. Det har vært nødvendig flere steder å gjøre noen språklige endringer i informantenes sitater ettersom noen av dem var svært muntlige, og innholdet dermed ikke kom tydelig frem. Dette har jeg forsøkt å gjøre uten å endre på meningsinnholdet.

Thagaard (2003) påpeker at det kan være hensiktsmessig å utarbeide et sammenfattet referat over informasjon om de viktigste temaene i materialet. I arbeidet med å gå gjennom det empiriske materialet, lagde jeg kategorier som representerer temaer som er sentrale i studien min. Jeg har tatt utgangspunkt i problemstillingene mine og brukte følgende kategorier: ”kulturpolitikk”, ”kulturbegrep”, ”image”, ”stedsmarkedsføring” og ”offentlig-privat samarbeid”. Jeg delte inn i disse kategoriene for å få oversikt over hva de forskjellige informantene sa om hvert av temaene. Kategorisering er en metode for å få oversikt over hva datamaterialet handler om.

Casestudier er forankret i både teori og empiri, men man kan enten starte med teori på leting etter case, eller starte med et case på leting etter teori. Jeg har fulgt en abduktiv tilnærming i forskningsprosessen, som enkelt forklart innebærer at forsker tilegner seg teorikunnskap før datainnsamling, som fører til at funnene leses i lys av teorien (Thagaard 2003). Abduktiv forskning åpner også opp for at empirien kan påvirke teorien. Teori har hatt en sentral rolle i mitt valg av case. Mine empiriske funn har også påvirket mitt teoretiske rammeverk og oppgavens struktur. Etter å ha gjennomarbeidet datamaterialet forandret jeg både struktur og deler av innholdet i teorikapittelet mitt, slik at det stod i bedre samsvar med problemstillingene og hovedtemaene som ble avdekket under datainnsamlingen. Abduksjon kan også, i følge Thagaard (2003), knyttes til at forskerens teoretiske bakgrunn påvirker fortolkningen av dataenes meningsinnhold. Slik var det også for meg ved at jeg sammenlignet utviklingen i Bjørvika med teorier om, og eksempler på, kulturplanlegging, imagebygging og nyere byutvikling hvor fremveksten av offentlig-private samarbeid har vokst frem. Kvale (2001) hevder at: *"tolkeren går dypere enn til det som blir direkte uttralt, og utarbeider strukturer og meningsrelasjoner som ikke umiddelbart er synlig i teksten"*. For å klare dette mener Kvale at det kreves en viss distanse til det som har blitt sagt. Han hevder at dette oppnås gjennom en teoretisk holdning hvor uttalelsene får en bestemt mening i den konteksten som studeres. I denne undersøkelsen legger jeg frem mine informanters synspunkter på kulturdimensjonen i utviklingen av Bjørvika med bakgrunn i eksisterende teorier om kulturplanlegging, imagebygging og governance-strukturer. Samtidig er det et forsøk på å belyse hvordan kulturstrategier brukes innenfor et sjøfrontsprosjekt i en norsk kontekst.

3.4.1 Posisjonalitet

Thagaard (2003) peker på at et kvalitativt intervju er en samtale mellom forsker og informant og styres av de temaene forskeren ønsker å få informasjon om. Dette kaller Kvale (2001) et *asymmetrisk maktforhold* fordi intervjueren definerer situasjonen, presenterer samtaletemaene, og styrer intervjuet gjennom å stille ytterligere spørsmål. Jeg opplevde å bli tatt godt i mot av alle informantene mine. På den ene siden hadde dette nok å gjøre med at de synes det var nyttig at noen ville skrive en masteroppgave om Bjørvika, noe flere av dem også gav uttrykk for. Fordi jeg var en masterstudent, fikk jeg inntrykk av at informantene ville svare etter beste evne slik at jeg skulle få den informasjonen som jeg var avhengig av.

På den andre siden var jeg ”harmløs”, for som en informant påpekte var jeg ingen journalist. Ved flere anledninger fikk jeg innsyn i ideer som på det daværende tidspunkt ikke var offentliggjort, men som jeg fikk tillatelse til å skrive i oppgaven min som skulle innleveres et halvt år etter intervjuene ble gjort.

Jeg har intervjuet sentrale aktører i utviklingsprosessen i Bjørvika, som har lang erfaring innenfor politikk, næringsutvikling og byplanlegging. Schoenberger (1991) refererer til ”corporate interviews” i beskrivelsen av intervjuer med personer som er vant til å utøve autoritet over andre mennesker. Det kan være en fare for at informanten vil presse igjennom sin egen agenda ved å lede intervjuet i en retning som ikke direkte er relevant for undersøkelsen. Informantene mine har kommet med digresjoner. Noen av dem har ledet meg til informasjon jeg visste lite eller ingenting om, og har dermed styrket min forståelse av utviklingen. Andre digresjoner har ikke vært like relevante. Min opplevelse, foruten ett intervju som er beskrevet i avsnitt 3.3.2, er at informantene har vært åpne om hva som har vært deres agenda med en kultursatsing, og videre at de har ønsket å svare på spørsmålene mine etter beste evne. Dette resulterer i at jeg opplever at jeg har klart å styre intervjuene mine på en tilfredsstillende måte.

3.4.2 Vurdering av forskningens kvalitet

I følge Thagaard (2003) vil et kvalitativt forskningsprosjekt vurderes utifra målsettingene om troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet. I følge Thagaard (2003) knyttes troverdighet til at forskningen utføres på en tillitsvekkende måte. For at troverdigheten skal styrkes er det viktig at det gjøres et skille mellom informasjon fra informanter, og forskerens vurderinger av denne informasjonen. Jeg forsøker å tydeliggjøre hva som er primærdata, og hva som er mine egne tolkninger gjennom god referanse- og sitatbruk. I analysekapitlene mine gjør jeg rede for hva som er referert fra intervjusamtaler ved å enten sette dette i eget avsnitt, eller ved å spesifikt referere til de ulike informantene. Jeg har brukt båndopptaker, noe som gir meg mulighet til å sitere informantene mine ordrett.

I dette metodekapittelet har jeg redegjort for ulike metodologiske og metodiske valg jeg har tatt underveis, og begynt med å beskrive hvorfor jeg mener Bjørvika kan behandles som et case-studie. Dernest har jeg redegjort for hvilke informanter jeg har intervjuet og hvorfor jeg

mener disse informantene er interessante for min studie. Videre har jeg vist til mitt abduktive utgangspunkt for å analysere datamaterialet. Til slutt har jeg reflektert over min posisjonaltet og min rolle som forsker i denne sammenhengen. Ved å reflektere over forskningsprosessen underveis, og redegjøre for dette i metodekapittelet, håper jeg at jeg ivaretar oppgavens troverdighet.

Mens troverdighet er knyttet til fremgangsmåter for utvikling av data, påpeker Thagaard (2003) at bekreftbarhet er knyttet til tolkninger av resultatene. Bekreftbarhet innebærer at forskeren forholder seg kritisk til egne tolkninger. Det er viktig å være oppmerksom på at forskeren ikke går inn i forskningsprosessen med et nøytralt sinn, men vil være påvirket av både forkunnskaper og posisjonering i forhold til miljøet som studeres. For eksempel kan en "insider" ha en forforståelse av et fenomen og dermed formulere andre problemstillinger enn en "utenforstående" (Thagaard 2003). Derfor er det viktig at forskeren presenter sin posisjon slik at leseren kan ha mulighet til å vurdere tolkningen ut i fra denne. Jeg vil betrakte meg selv som en "utenforstående" i min studie av kulturplanleggingen i Bjørvika. Jeg kommer fra Bergen, og hadde svært lite forkunnskap om Bjørvika-planene før jeg flyttet til Oslo sommeren 2007. Verken i forkant eller i etterkant har jeg hatt noen forpliktelser eller relasjoner til noen av informantene mine.

Bekreftbarhet knyttes også opp mot om studiens resultater kan bekreftes av annen forskning (Thagaard 2003). Siden jeg har en abduktiv tilnærming har jeg tatt utgangspunkt i et teoretisk rammeverk ved valg av case. Flere steder i analysen min viser jeg til forskning og andre studier med samme tema, noe jeg også eksemplifiserer og understreker i analysen. Dette mener jeg er med på å bekrefte funnene i min studie.

For Thagaard (2003) er det et viktig formål med case-studier at de er spesielt rettet mot å oppnå kunnskap som går utenfor den enheten undersøkelsen fokuserer på. Dette knytter hun opp mot en målsetting om overførbarhet. Overførbarhet er ifølge Thagaard knyttet til at tolkninger som er basert på en enkelt undersøkelse, også kan gjelde i andre studier.

Kvale (2001:161) bruker i stedet uttrykket analytisk generalisering som: *"involverer en begrunnet vurdering av i hvilken grad funnene fra en studie kan brukes som en rettleiding for hva som kan komme til å skje i en annen situasjon"*. Selv om jeg ikke har som mål å generalisere, har jeg som mål at min studie kan inneholde en viss grad av overføringsverdi.

Thagaard (2003) vektlegger også at forskeren må argumentere for de betingelsene som bidrar til at en tolkning basert på studier i én sammenheng, også kan ha relevans i andre sammenhenger. Så på hvilken måte kan min case ha en overføringsverdi? På samme måte som jeg har brukt eksempler fra Bilbao om hvilke effekter kultur som strategi for byutvikling kan få, kan også tolkningene av prosessen rundt kulturplanleggingen i Bjørvika ha relevans i andre tilsvarende utviklingsprosjekter. Om Bjørvika-prosjektet blir vellykket eller ikke spiller ikke en avgjørende rolle for prosjektets overføringsverdi. Like fullt som det er lærerikt å se til suksess-strategier, er det også nyttig å kunne lære av andres feil.

4. Mot en kulturplanlegging i Bjørvika

Oslo kommune, ved Plan- og bygningsetaten, konkluderte i rapporten ”Fjordby eller havneby. Om Oslos sjøside” (1997) med at Bjørvika burde utvikles til en bydel fremfor å fortsette med havnedrift. Staten, Oslo kommune og grunneierne i Bjørvika skal samarbeide om å åpne byen mot fjorden, og transformere Bjørvikaområdet og stedets image om til en levende bydel med et kulturelt mangfold. Dette er en viktig del av den konteksten som kulturplanlegging i Bjørvika skjer innenfor.

4.1 Fra havn til bydel

En viktig forutsetning for byutvikling i Bjørvika var ideen om å flytte havnen ut av byen på 1980-tallet. Byrådet besluttet i 1996 at Plan- og bygningsetaten (PBE) skulle utrede alternative strategier for arealer langs byens sjøfront. Dette resulterte i ”Fjordby eller havneby. Om Oslos sjøside” (Oslo kommune 1997). PBE konkluderer med at sjøsiden i Oslo vil ha en større verdi som byutviklingsområde enn som havn.

Plan- og bygningsetaten mener at byens og regionens interesser best ivaretas ved at Oslo kommune vedtar å realisere Fjordbyen. [...] Det innebærer at Oslo stykkgodshavn flyttes ut av kommunen og etableres i regionen. Cruise- og fergetrafikk samt bulk opprettholdes innenfor Oslos grenser [...] De havnearealene som frigjøres benyttes til byutvikling.

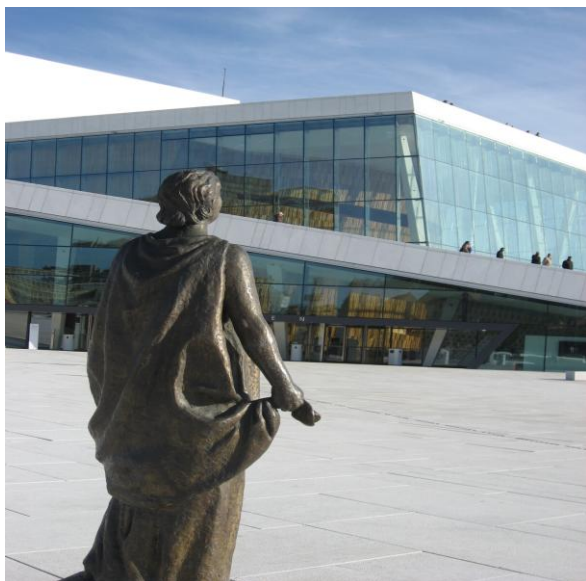
(Oslo kommune 1997:74).

PBE påpeker at bylivet i økende grad er knyttet til rekreasjon og fritid, og understreker at havnedriften gir lite tilbake til bylivet. Videre vises det til hvordan mange andre byer, med eksempler som Baltimore og Barcelona, har valgt å flytte havnen ut av bykjernen for å stimulere til ny byutvikling i disse områdene. PBEs motivasjon for å satse på ”fjordby” ligger i å åpne byen mot fjorden, og viser til at havnefronten er blitt områder hvor byene skal vise sitt nye ansikt. Visjonen med å satse på en kulturstrategi i Bjørvika ligger imidlertid i ønsket om at Oslo skal styrke sitt image, og som kulturby gjøre seg attraktiv i den internasjonale konkurransen om investeringer, turister og kompetent arbeidskraft.

På 1980-tallet kom konkurransen om å utvikle Aker Brygge. I følge en informant fra Fjordbykontoret, var dette det første skrittet for "Fjordbyen", selv om ikke Fjordbyen som konsept var opprettet på dette tidspunkt. Bystyret vedtok Fjordbyen 19. januar 2000 ("Fjordbyvedtaket") og skal legge til rette for at Oslos sjøfront skal byutvikles. Konklusjonen i "Fjordby eller havneby"- utredningen har også vært viktig for en annen avgjørende prosess, nemlig lokaliseringen av Den Norske Opera. Stortinget vedtok 15. juni 1999 at operaen skulle plasseres i Bjørvika. Operaen skulle bygges av Statsbygg, og ble tegnet av det norske arkitektkontoret Snøhetta AS, som vant arkitektkonkurransen i 2000. I følge Stortingsmelding 48 (2001-2002) er statens ambisjoner for operahuset utover det rent operafaglige:

[...] at huset skal framstå som et viktig monumentalbygg som både markerer Norge som kulturnasjon og Den Norske Opera og Balletts betydning i nasjonens kultur- og samfunnsliv.

Statsbyggs overordnede mål om at operahuset skal markere Norge som kulturnasjon, kan sies å være forenelig med Oslo kommune sine anbefalinger i "Fjordby eller havneby" utredningen. Inkluderingen av ordet "monumentalbygg" i sitatet over viser at operaen er ment til å ha en betydningsfull rolle i den nye bydelen. I følge May Balkøy (2004), direktør i Statsbygg, skal operaen være et signalbygg med sin egenverdi, men også virke som en motor i den videre kulturplanleggingen i Bjørvika. Operaen skal fungere som et trekkplaster for både turister og byens innbyggere og vekke videre interesse for den nye bydelen i den tidlige etableringsfasen. Av de tre strategiene som blir trukket frem i Danmarks "kreative potensiale" (Næringsdepartementet 2000), fyrtårnstrategien, spesialiseringsstrategien og dynamostrategien, kan operaen i så måte ansees for å være Bjørvikas "fyrtårn". Som det signalbygget operaen er, vil dette være første steg mot Oslos satsing på å bli en "fjordby".



Bilde 2: Kirsten Flagstad, norsk operasangerinne utenfor operaen.
Foto: Line Thuen Nielsen.

4.2 Bjørvika – en del av Fjordbyvisjonen

Bjørvika, som ligger sentralt i Oslo sentrum, er et av de største byutviklingsprosjektene i Norge de siste 400 årene.¹⁵ I løpet av de neste 10 - 15 år skal det tradisjonelle havneområdet transformeres til en ny bydel med et ”levende byliv” og et ”mangfoldig kulturtilbud”. Slik det fremgår av KOP skapes dette: *”i samvirke mellom en rekke faktorer. Grunnleggende forutsetninger, sosio-økonomiske grupper, etnisiteter og kulturer på den ene siden og bredde og tetthet i den kulturelle infrastrukturen og møteplasser på den andre siden”* (Oslo kommune 2003b:17). Det understrekes imidlertid i KOP at dette er forutsetninger som ikke automatisk er til stede, men betinger både politisk vilje og strategiske valg på eiernes siden.

Bjørvika-området er regulert til kombinerte formål som byggeområder for bolig, forretninger, kontor, hotell, bevertning, offentlige bygninger, allmennyttige formål,

¹⁵ [http://www.plan-og-bygningsetaten.oslo.kommune.no/getfile.php/plan-%20og%20bygningsetaten%20\(PBE\)/Internett%20\(PBE\)/Dokumenter/Filer%20utlagte%20saker/Bj%C3%B8rvikaStasjonsallmenningen_forslagsaksframstilling.pdf](http://www.plan-og-bygningsetaten.oslo.kommune.no/getfile.php/plan-%20og%20bygningsetaten%20(PBE)/Internett%20(PBE)/Dokumenter/Filer%20utlagte%20saker/Bj%C3%B8rvikaStasjonsallmenningen_forslagsaksframstilling.pdf). (21.04.09. KL. 09:13).

p-hus, offentlige trafikkområder og friområder. Det skal bygges om lag 5000 boliger og 400 000 kvadratmeter næringsareal (Oslo kommune 2003a). Fjordbyen er Oslo kommunes visjon om å åpne byen mot fjorden. Bjørvika utgjør en betydelig del av fjordbyen og utbyggingen av bydelen skal bidra til å utvikle Oslos særpreg som fjordby, styrke Oslos posisjon som hovedstad internasjonalt og gi positive ringvirkninger regionalt og nasjonalt. Utviklingen i Bjørvika er en stor og krevende oppgave som skal gå over lang tid.

I tillegg er Bjørvika et komplisert og kostbart område å bygge ut. Balkøy (2004) hevder at det blir en stor utfordring å lykkes med å skape en levende bydel med allsidige arenaer, variert kulturliv, gode byrom og attraktive møteplasser for de som bor, arbeider og besøker bydelen. Hun påpeker at politikere, utbyggere og planleggere tidlig må stille seg spørsmål om: Hvordan skal man arbeide for å lykkes med en så stor utfordring? Skal Bjørvika-området være stengt eller tilgjengelig i utbyggingsfasen? Er det mulig å ta i bruk nye grep og metoder for å lykkes med et så stort transformasjonsprosjekt?

4.2.1 Et offentlig-privat samarbeid

Bjørvikaområdet er det største av Fjordbyens tretten delområder, og eierskapet her er spredt. Staten, Oslo kommune og grunneierne i Bjørvika skal samarbeide om å realisere en ny bydel. De største eierne i Bjørvika er Oslo kommune (ved Eiendoms- og byfornyelsesetaten og Oslo Havn KF), NSB (ROM Eiendomsutvikling AS) og Statens Vegvesen Region Øst. I følge organisasjonskartet til Oslo kommune ligger Oslo Havn KF under byrådsavdeling for miljø og samferdsel.¹⁶

HAV eiendom AS er et eiendoms- og utviklingsselskap som eies 100 % av Oslo Havn KF, og er den største grunneieren i Bjørvika.¹⁷ Med dette eies ikke lenger disse eiendommene direkte av kommunen eller Oslo Havn KF, noe som også betyr at forvaltningen av eiendommene er unntatt folkevalgt styring. HAV Eiendom AS (HAV) skal arbeide som et kommersielt, markedsstyrt eiendomsselskap. HAV står for utvikling og utbygging av

¹⁶ <http://www.oslo.kommune.no/dok/felles/div/orgkart.pdf>. (21.04.09. KL. 09:18).

¹⁷

http://www.haveiendom.no/nor/Om_HAV_Eiendom_AS/Var_rolle_i_Bjorvika/HAV+Eiendoms+rolle+i+Bj%C3%B8rvika.9UFRfSXd.ips. (19.04.09. Kl. 13:09).

byggefelt som utgjør ca 2/3 av byggingsarealet. Oslo S Utvikling AS (OSU) er et utviklingsselskap som skal bygge ut eiendommer som tilhørte tidligere NSB Eiendom, nå NSBs eiendomsutviklingsselskap ROM Eiendom AS (ROM). OSU skal utvikle områdene på sørsiden av jernbanens sporområde på Oslo Sentralbanestasjon.¹⁸ OSU eies av Linstow Eiendom as, ROM eiendom as og Entra eiendom as. De eier 1/3 hver. OSU står for 1/3 av utbyggingen. HAV og OSU vil på egen hånd, eller i samarbeid med eksterne samarbeidspartnere, utvikle og bygge ut Bjørvika med tanke på videresalg, utleie eller eget bruk.

Dette gjør Oslo Havn FK og ROM Eiendom til de største grunneierne i Bjørvikaområdet. De har i arbeidet med å finne frem til en utbyggingsløsning for Bjørvika samordnet sine interesser gjennom henholdsvis sine eiendomsutviklingsselskap Oslo S Utvikling AS (OSU) og Hav Eiendom AS (HAV). I 2001 ble det innledet samtaler mellom staten, ved Arbeids- og administrasjonsdepartementet, Samferdselsdepartementet og ROM Eiendomsutvikling AS, Oslo kommune og Oslo S Utvikling i forhold til muligheten for å danne et felles eiendomsutviklingsselskap for Bjørvikaområdet. Dialogen ledet ut i en prinsippavtale mellom partene, og ble vedtatt av bystyret (Oslo kommune 2001a).

I en byrådssak i 2002 kritiserer Rød Valgallianse (RV) to mål i prinsippavtalen.¹⁹ Det ene målet er å *”å sikre en helhetlig og god byutvikling i området”*, og det andre målet er *”å sikre eierne en høyest mulig verdistigning på eiendommene”*. RV kritiserer det første målet for å være for løst formulert slik at det kan tolkes til å bety hva som helst. Dernest hevder RV at byutviklingen i Bjørvikaområdet skal styres ut i fra hva som vil gi daværende og fremtidige grunneiere høyest mulig gevinst. RV påpeker at denne målsettingen var i strid med et annet overordnet mål, nemlig at det skulle bygges rimelige boliger med vanlig standard i Bjørvika. RV stiller her spørsmål ved; *Er det hensynet til folk eller hensynet til investorer som skal settes først?* Skal Bjørvika utformes ut fra hva vanlige Oslo-innbyggere har bruk for, eller skal Bjørvika først og fremst utformes slik at grunneiere og andre investorer får høyest mulig verdistigning på sine eiendommer og investeringer. Dette er kritiske spørsmål som skal prege

¹⁸ <http://osu.no/index.php?id=33>. (19.04.09. Kl. 13:30).

¹⁹ <http://www.allgronn.org/merknader-bjorvika-rv.doc>. (19.04.09. Kl. 14:34).

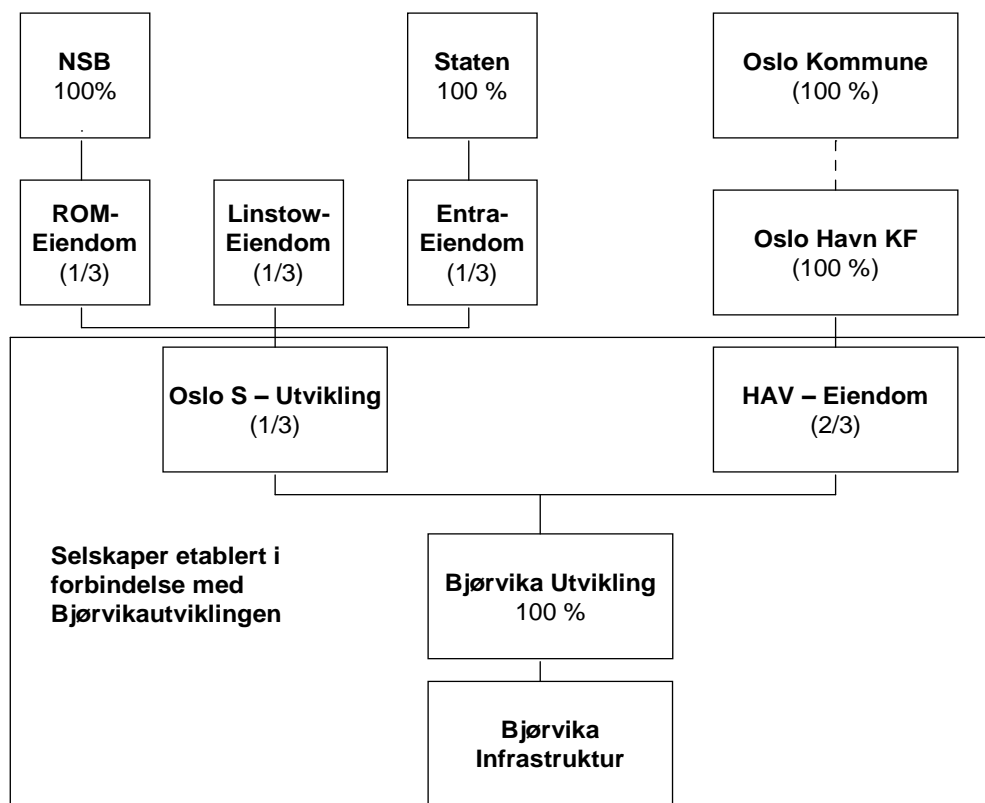
debatten om utbyggingen og utviklingen av Bjørvikaområdet i de kommende årene også.

Partene skulle også, i følge prinsippavtalen, forhandle om å overføre sine eiendommer til et felles eiendomsutviklingsselskap. Hensikten med dette var å sikre en helhetlig utvikling av området. Stortingsmelding 28 (2001-2002) legger rammene for etableringen av et overordnet utviklingsselskap i Bjørvika. Dette får navnet Bjørvika Utvikling AS (BU). BU eies av HAV og OSU. HAV har 66 % og OSU har 34 % eierandel i BU, noe som gjenspeiler eierforholdene og utbyggingsarealene i området. BUs formål: *"er å være et felles interesse- og koordineringsorgan for grunneierne overfor bl.a. offentlige myndigheter i utviklingen og utbyggingen av området. BU skal bl.a. fastsette utbyggingsrekkefølgen og gjøre prioriteringer innen for sitt virkeområde"*.²⁰ Etter at BU fikk kjøpe opp de eiendommene stat og kommune eide i planområdet, satt man igjen med HAV og OSU som grunneiere i Bjørvika. Bjørvika Utvikling (BU) stiftet datterselskapet Bjørvika Infrastruktur (BI), som er 100 % eid av BU. BI har som sitt formål å ha et samlet ansvar for styring med all bygging av teknisk infrastruktur ved utvikling og utbygging av Bjørvika.²¹

I et kulturoppfølgingsprogram for Bjørvika (KOP) som ble opprettet året etter, står det presisert at Oslo kommune og Staten ikke skal ha eierinteresser i BU eller BI (Oslo kommune 2003b). Partnerskapene i Bjørvika består altså av både offentlige og private aktører. Dette gir både muligheter og utfordringer med hensyn til samarbeid. Som jeg vil komme nærmere inn på i analysen, kan et offentlig-privat samarbeid gi muligheter til å ta større løft i fellesskap. Ingen enkeltaktør kan stå for utviklingen og utbyggingen alene, det krever et samarbeid. På den andre siden kan aktørenes ulike interesser og målsettinger bli en utfordring.

²⁰ http://www.bjorvikautvikling.no/modules/module_123/proxy.asp?D=2&C=22&I=17&mids=a12a. (19.04.09. Kl.15:57).

²¹ http://www.bjorvikautvikling.no/modules/module_123/proxy.asp?D=2&C=23&I=18. (19.04.09. Kl. 15:45).

Eierstrukturer i Bjørvika

Figur 3: Eierstrukturer i Bjørvika (Nergaard 2006:55).

5. Utvikling av en kulturstrategi for Bjørvika

I det første analysekapittelet vil jeg ta utgangspunkt i oppgavens første problemstilling; *hva er Oslo kommunes fremste målsettinger med en kulturstrategi for Bjørvika?* For å gjøre rede for Oslo kommunes målsettinger vil jeg ta utgangspunkt i ”kulturoppfølgingsprogrammet” for Bjørvika (KOP) hvor disse målsettingene er forankret. Et hovedpoeng med KOP er at programmet ikke er juridisk bindende, men skal fungere som et veiledende og inspirerende dokument for aktørene som er involvert i utviklingen og utbyggingen av Bjørvika. Dersom hovedmålsettingene i KOP om et mangfoldig kulturtilbud og en levende bydel skal oppnås, er det avgjørende at KOP har en felles og sterk forankring hos de involverte aktørene.

5.1 Forankring og visjoner

Kulturoppfølgingsprogrammet (KOP) er utarbeidet som en følge av byutviklingskomitéens og bystyrets merknader og vedtak i bystyresak ”Byutvikling i Bjørvika – Bispevika, grunnlag for videre planarbeid” (Oslo kommune 2001b). Disse marknadene og vedtakene handler om hva slags bydel Bjørvika bør bli.

Følgende merknader er gjengitt i KOP (Oslo kommune 2003b:7):

- Bjørvika som porten til Norges hovedstad skal fremstå som et uttrykk for moderne norsk bykultur og identitet i byggekunst og teknologi og bærekraftig byutvikling. Den nye bydelen skal være til glede og stolthet for hele Oslos befolkning, og bevisst bidra til å beskrive byens historiske utvikling fra opprinnelsen til det 21. århundre.
-bykultur i det 21. århundre skal ha et mangfoldig kulturtilbud.
-det er viktig å få private og offentlige kulturinstitusjoner (galleri, forlag) til bydelen.
- Etablering av offentlige rom er en svært viktig del av utviklingen i Bjørvika... Det er viktig å understreke at offentlige rom er til syvende og sist det eneste

kommunen har full kontroll over. Det er derfor svært viktig at dette arbeidet tas alvorlig av byrådet.

- Ledige områder innenfor planområdet bør benyttes i utviklings- og byggeperioden, for eksempel for kunstnergrupper.
-det bør settes i gang prosjekter i Oslo-skolen med tema byutvikling som beskriver og illustrerer utviklingen av landets hovedstad, og utstilling i tilknytning til 100 års jubileet for Unionsoppløsningen i 2005.
- Åpen og ærlig informasjon og bred aksept i befolkningen.

Følgende vedtak er gjengitt i KOP (Oslo kommune 2003b:7):

- Pkt. 6b. Byrådet bes sikre balansen mellom bolig, næring og kultur.
- Pkt.6c. Reguleringsplanen skal fastsette arealfordelingen mellom de ulike reguleringsformål for næring, bolig og kultur.... Både for planområdet som helhet og for de enkelte delområder/prosjekter.
- Pkt.9. Det skal legges til rette for et levende byliv.....
- Pkt. 27. I planleggingsprosessen skal det legges til rette for aktiv og bred medvirkning fra publikum, fagmiljøer, interesseorganisasjoner og andre berørte parter.
- Pkt. 30. Utbygging av området vil skje etappevis over mange år. Ledige områder innenfor planområdet bør benyttes i utviklings- og byggeperioden. Byrådet bes å bidra til stor fleksibilitet med henblikk på å ta i bruk ledige arealer under byggeperioden.

Disse merknadene og vedtakene utgjør en klar kulturdimensjon, og kan politisk sett betraktes som et av de første skrittene mot en kulturplanlegging i Bjørvika. Likevel kan det hevdes at selve innholdet i merknadene og vedtakene ikke er klart definert. Visjonene om å etablere blant annet ”moderne norsk bykultur”, et ”mangfoldig kulturtilbud”, et ”levende byliv” og etablering av ”offentlige rom”, legger til rette for KOPs visjon for den ferdige bydelen. Disse

merknadene kan også hevdes å inngå i det Gran og De Paoli (2005) kaller et bredt kulturbegrep. Innenfor et bredt kulturbegrep inkluderes alle sider ved en samfunnsform, som for eksempel religion, språk, normer, verdier og kulturelle preferanser. Merknadene og vedtakene legger få begrensninger på hva innholdet konkret skal omhandle. Dette kan føre til flere scenarioer. På den ene siden kan dette føre til en handlefrihet som åpner opp for kreativ tenkning hos politikere, planleggere, grunneiere og utbyggere. På den andre siden kan konsekvensen av uklare formuleringer av målsettinger fra Oslo kommunes side føre til en uklarhet hos grunneiere og private utviklere for kulturdimensjonens innhold. Dette kan bli en utfordring ettersom det er grunneierne og de private utviklerne som er hovedaktørene bak arealplanforslagene. Ved at innholdet i kulturdimensjonen ikke er tydelig formulert og argumentert for, står også utbyggere friere til å tolke retningslinjene til sin fordel, noe som kan føre til at kulturdimensjonen ikke i tilstrekkelig grad følges opp.

Reguleringsplanen for Bjørvika-Bispevika-Lohavn ble vedtatt av Oslo bystyre 27. august 2003, og festlegger de overordnede grepene for utviklingen av området. Utbyggingen skal foregå over lang tid, og for å sikre en høy kvalitet, estetisk, kulturelt og miljømessig, har det blitt utarbeidet tre vedlegg til reguleringsplanen. Designhåndboken, miljøoppfølgingsprogrammet og kulturoppfølgingsprogrammet skal fungere som retningsgivende dokumenter som utdyper reguleringsplanens innhold. I denne oppgaven vil jeg ta for meg kulturoppfølgingsprogrammet, fordi dette dokumentet er mest sentralt i forhold til oppgavens problemstillinger.

For å sikre ivaretagelse av en bred kulturdimensjon for området, ble det altså opprettet et "kulturoppfølgingsprogram" for Bjørvika (KOP), hvor kulturdimensjonen er forankret. Dette kulturoppfølgingsprogrammet for Bjørvika-området er et pilotprosjekt i norsk sammenheng, og er initiert og utviklet av Statsbygg, Oslo kommune og grunneierne i Bjørvika. Basert på bykomitéens og bystyrets merknader og vedtak skissert over, fremstår vedtak pkt.9 om "levende byliv", og merknaden om "mangfoldig kulturtilbud", som to nøkkelbegrep i KOP. Det fremgår derimot ingen tydelig definisjon i KOP om hva innholdet i disse to begrepene skal være. Slik det defineres i KOP (Oslo kommune 2003b:17) skal: *"begreper som levende byliv, mangfoldig og variert kulturtilbud [...] benyttes for å beskrive forventninger til hvordan den nye bydelen skal være"*. Videre påpekes det at dette kan virke som selvfølgeligheter og gode ønsker, men det legges trykk på at et *fravær* av nevnte kvaliteter vil

være ensbetydende med et mislykket prosjekt. Som jeg tidligere har vært inne på kan det oppstå utfordringer forbundet med at innholdet i begrepene ikke konkretiseres. KOPs oppfordring om at de involverte aktørene har en bevisst holdning til hvordan disse kvalitetene skal oppnås, kan dermed bli vanskelig.

Utifra KOP kan man forstå at et "levende byliv" i Bjørvika først og fremst skal inkludere byens befolkning og de som skal bo her, men også turister. Det legges særlig vekt på etablering av offentlige byrom, og at disse spiller en avgjørende rolle i tilretteleggelsen av "et bredt og variert spekter av kulturelle aktiviteter" (Oslo kommune 2003b:28). Det eksemplifiseres ikke nærmere hva disse kulturelle aktivitetene skal bestå av. Av KOP fremgår det kun at de offentlige byrommene bør fremstå som multifunksjonelle arenaer som sikrer variert og mangfoldig bruk. Dette kan gjøre det vanskelig å se hvilke mennesker som er målgruppen for å skape et levende byliv i den nye bydelen. På den andre siden legger KOP heller ingen begrensninger på hva som kan utvikles av kulturtilbud, og dermed er det heller ingen mennesker som "indirekte" ekskluderes.

I kulturoppfølgingsprogrammet (KOP) finnes den samme uklarheten rundt innholdet i begrepet "mangfoldig kulturtilbud". Selve kulturbegrepet omtales kun i et kort avsnitt. Her presiseres det at kulturbegrepet skal brukes i videst mulig betydning, og er ment å skulle favne hele spekteret fra finkultur til populærkultur og til sub-kultur. Videre står det i første omgang at det vil komme frem av sammenhengen der hvor kultur blir brukt i betydningen "kultur som sektor"; *"hvor kultur brukes til å beskrive den sektor i samfunnet som produserer kunst og kultur som for eksempel film, musikk og teater"*. For det andre brukes kultur i betydningen "kultur som kunst"; *"hvor det ligger en kvalitetsvurdering av hva som er kunst og hva som ikke er kunst"* (Oslo kommune 2003b:5). De to sistnevnte kategoriene hvor kultur defineres er hentet fra den danske regjeringens publikasjon "Danmarks kreative potensiale" fra 2000.

Det finnes imidlertid ingen definisjon på mangfoldsbegrepet i KOP. Men visjonen om at *"den nye bydelen skal være til glede og stolthet for hele Oslos befolkning"* blir nevnt ved flere anledninger. Dette kan tolkes som en definisjon på hvem mangfoldet i Bjørvika skal inkludere. Som jeg har vært inne på i kapittel 2.2, tar UNESCO utgangspunkt i at *"kulturelt mangfold viser til de mange forskjellige måtene grupper og samfunns kulturer kommer til*

uttrykk på".²² Det påpekes i KOP at et levende byliv og et mangfoldig kulturtilbud skal skapes i samvirke mellom en rekke faktorer, deriblant *"bredde i husholdningstyper, alderssammensetning, sosio-økonomiske grupper, etnisiteter og kulturer på den ene siden, og bredde og tetthet i den kulturelle infrastrukturen og møteplasser på den andre siden"* (Oslo kommune 2003b:17). Dette kan også tolkes som KOPs definisjon av hva et mangfold i Bjørvika skal representere.

At det ikke eksemplifiseres i KOP hvilke kulturtilbud som skal sikre et kulturelt mangfold og et levende byliv, kan for det første ha en sammenheng med at KOP kun er et vedlegg til reguleringsplanen. I reguleringsplanen konkretiseres det i større grad hvilke formål hvert område reguleres til. For eksempel skal områder reguleres til boliger, næring, og "allmennyttige formål". Allmennyttige formål skal blant annet inneholde kultur, undervisning, idrett og småbåthavn. Utover dette konkretiseres det ikke mer i reguleringsplanen fra 2003. For det andre kan grunnen for lite konkretisering av innholdet i mangfoldig kulturtilbud være at KOP ble utviklet tidlig i utbyggingsprosessen i Bjørvika. Aktørene som har stått for utarbeidelsen av KOP har muligens tatt den langsiktige utbyggingen i betraktning, og dermed bevisst ikke begrenset innholdet i kulturaktivitetene til aktiviteter det er uvisst om vil bli etablert i bydelen. Derfor kan det være hensiktsmessig å lese KOP, og tolke den manglende eksemplifisering av innholdet, i lys av dette. For det tredje skal KOP hovedsakelig fungere som en veileder, hvor anbefalinger og retningslinjer for hvordan kultur brukes, skal tas hensyn til tidlig i planleggingen og utbyggingen av Bjørvika. Likevel kunne det vært hensiktsmessig å komme med noen klare eksempler på hvilke bestemte kulturaktiviteter de mener vil være ønskelig for å skape et variert og levende byliv i Bjørvika.

Med det sterke fokuset på et levende byliv og et mangfoldig kulturtilbud for "hele Oslos befolkning", kan det hevdes at det fokuseres på en "dynamostrategi" (jf. Danmarks kreative potensiale) i KOP. En slik strategi fokuserer på å skape et mangfoldig kulturliv som i første omgang skal være med å gjøre et sted mer attraktivt for den lokale befolkningen. Dette kommer til uttrykk i Bjørvika gjennom de temporære prosjektene som Oslo kommune, ved

²² <http://www.kultureltmangfold.no/2008/02/25/ord-om-kulturelt-mangfold/>. (24.04.09. Kl. 13:24).

Fjordbykontoret, og grunneierne har arrangert i Bjørvika. Dette er kulturprosjekter hvor Bjørvika under utbyggingen åpnes opp for Oslos befolkning. Hensikten er å informere om utviklingen, og samtidig prøve å forankre den nye bydelen i befolkningen. Mer spesifikt hva disse temporære prosjektene går ut på vil jeg komme nærmere inn på senere i kapittelet.

5.1.1 Kulturpolitikk blir til kulturstrategi: samlokalisering av kulturinstitusjoner

Våren 2008 stod stat og kommune, representert ved Kulturminister Trond Giske, byrådsleder Erling Lae og byråd for kultur og utdanning, Torger Ødegaard, sammen om å flytte Munch-museet, Stenersenmuseet og Deichmanske hovedbibliotek til Bjørvika. Med støtte fra Venstre fikk de flertall i bystyret. En informant fra byutviklingskomiteen (V) bekreftet at kultursatsingen var viktig for å fremme utviklingen i Bjørvika. Politikeren mente at problemet med Bjørvika lenge lå i at det manglet en overordnet idé for bydelen. Å bygge byen ned mot sjøen, og utvikle bydelen med en blanding av næring, bolig, kultur, plasser og torg, mener politikeren er en bærekraftig hovedidé. Byrådsleder Erling Lae uttrykte i Aften tydelig begeistring for de nye planene om å samlokalisere kulturinstitusjonene, og mente at hele Bjørvika-området med dette grepet blir en *”kulturdel med verdens beste bibliotek ved siden av verdens beste opera, og med det flotte Munch-museet som nærmeste nabo”*.²³ Med denne kultursatsingen på blant annet landemerker som operaen og Munch, kan det hevdes at det satses på en ”fyrårnstrategi” i Bjørvika (jf. Danmarks kreative potensiale). Innholdet i denne fyrårnstrategien kan oppfylle målsettingene om at *”utbyggingen av Bjørvika kan gi Oslo et løft som også kan gi positive nasjonale ringvirkninger”* og at kultur brukes som konkurransefaktor i merkevarebyggingen for å *”utvikle en positiv byidentitet”* (Oslo kommune 2003b:4). Formålet med en fyrårnstrategi er å gjøre en by internasjonalt anerkjent. Dette er også et ønske politikerne og utbyggerne har for Bjørvika. Internasjonal oppmerksomhet kan tiltrekke både næringsliv, tilflyttere og turister til den nye bydelen. Flere av informantene mine har understreket viktigheten av at Bjørvika må settes på kartet. For å oppnå det mener de at noe større grep må gjøres, og trekker frem operaen og samlokaliseringen av kulturinstitusjonene som et viktig politisk grep. Spesielt en informant

²³ Aften 28.05.08: Munch-museet til Bjørvika. Og Deichmanske og Stenersenmuseet følger med. June Westerveld. Nyheter ss. 6-8.

fra Plan- og bygningsetaten påpekte at disse kulturinstitusjonene ikke kan bære frem bydelen alene. Han var svært opptatt av at kulturklyngen må ligge i et attraktivt byrom hvor folk kan oppholde seg selv om de ikke skal i operaen eller på museum. Informanten sier at *”det ikke-institusjonelle kulturlivet er også viktig å ivareta”*. Dette understreker han at det også jobbes mye med.

Det er flere aktører som har vært uenig med byrådslederen med hensyn til å samlokalisere kulturinstitusjoner i Bjørvika. Blant dem er rektor ved Arkitektur- og design høyskolen i Oslo (AHO), Karl Otto Ellefsen. Han er kritisk til å samle flere kulturinstitusjoner på ett sted, i det han kaller, en relativt liten by som Oslo.²⁴ Han påpeker at dette er en modell som er hentet fra langt større byer, og er skeptisk til hvilken synergi det er å hente ved samlokalisering. Mye av kritikken i samlokaliseringsdebatten har videre dreid seg om at spredning av kulturtilbud til bydelene er viktig for blant annet stedets utvikling. Det nye Munch-museet skal etter planen stå ferdig i 2013. Da mister Tøyen sin største turistattraksjon. Mange Oslobeboere og interesseorganisasjoner anser Munch-museet som en del av Tøyen. En beboeraksjon er i ferd med å ta form for å fortsette kampen for å beholde Munch-museet på Tøyen.²⁵

Kulturpolitikk har tradisjonelt sett hatt som målsetting å være samfunnsbyggende i form av å være integrerende og identitetsbyggende. I en lengre utgreiing om hovedpunktene i kommunens kulturpolitikk, svarer en representant (H) fra byråd for kultur og utdanning:

Jeg er opptatt av at vi både skal dyrke frem kvalitet og bredde i kulturbudsjettet. Det går an å få det til, tror vi. Så profilen på budsjettet nå er en tung satsing på Munch og formidling av hans kunst. Min største politiske kjepphest er at jeg synes norsk kulturliv må anstrenge seg for å nå flere. Det viktigste med den offentlige kulturpolitikken er at man skal nå flere mennesker enn de som tilhører en eller annen økonomisk eller utdannet elite. [...] Jeg vil at hele Oslos befolkning skal få lyst til å bruke det fantastiske kulturtilbudet.

²⁴ http://www.aftenposten.no/kul_und/article2467404.ece. (10.03.09. Kl.13.30).

²⁵ http://www.unikoslo.no/index.php?option=com_content&view=article&id=152%3Akampen-for-a-beholde-munch-museet-pa-toyen-enna-ikke-tapt&catid=1%3Alatest-news&Itemid=128&lang=nb. (25.04.09. Kl.10:57).

Ved å gjøre Munch museet tilgjengelig, mener den samme byrådspolitikeren (H) at flere mennesker kommer til å besøke museet. Min informant peker på det *”positive samarbeidet mellom Oslo kommunes skolebyråd og kulturbyråd”*, som har ført til avgjørelsen om at alle 7. klasser i Oslo-skolen, hele 7000 personer, skal besøke Munch-museet. Til det skal det brukes midler fra den kulturelle skolesekken. Målet med dette tiltaket er at kultur skal nå ut til flere, noe byrådspolitikeren i enda større grad ser for seg å klare ved at Munch-museet lokaliseres i Bjørvika. Som informanten understreker: *”Det skal ikke gå an å gå på skole i Oslo uten å få tilbud om Munchs kunst! Det er det fremste og viktigste vi har”*.

Venstre foreslo en flytting av Munch-museet til Bjørvika allerede i 2005, men da var de fleste andre oslopolitikere skeptiske, og ønsket å beholde Munchs samlinger på Tøyen. Lae understreker at ideen fra 2005 har ligget og murret, men at det var først da de så at operaen sto ferdig at de virkelig skjønnte at det var den beste løsningen. Med dette mener Lae at de nå gir et av *”verdens viktigste kunstmuseer de lokalene og den beliggenheten som det fortjener.”*²⁶

Både operaen, teaterbåten MS Innvik og etter hvert Munch/Stenersenmuseet og Deichmanske Hovedbibliotek, kan potensielt være med på å skape et kulturelt mangfold og et levende byliv i Bjørvika. Det er ikke nødvendigvis lett å sette en merkelapp på kultur som enten fin-, populær- eller subkultur. Hvordan kultur defineres er ofte subjektivt og kontekstavhengig. Tradisjonelt har opera blitt ansett som finkultur. Ett år etter åpningen av operaen i Bjørvika i 2008, betraktes nå operabygget som en kjempesuksess. Mye av suksessen ligger i at bygget inviterer til bruk. Dagsavisen omtaler operaen i Bjørvika som Norges mest besøkte turistattraksjon.²⁷ Erling Dokk Holm, stipendiat ved Arkitektur- og designhøyskolen i Oslo, sier i Dagsavisen at *”den enorme tiltrekningen operaen har fått, er med på å gjøre finkulturen litt mindre fin og mer folkelig i Norge”*. Det kan likevel hevdes at det først og fremst er *taket* på operaen som har blitt til en folkelig arena. Selv om operaen ønsker en folkelig profil, er det ikke sikkert at de samme menneskene også er publikum på de ulike opera- eller danseforestillingerne. Det kan sies at det har oppstått en folkelig kultur på

²⁶ Aften 28.05.08: Munch-museet til Bjørvika. Og Deichmanske og Stenersenmuseet følger med. June Westerveld. Nyheter ss. 6-8.

²⁷ Dagsavisen 07.08.08. Fin Opera, hva nå? Haakon Larsen. Ss. 24.

taket, i form av at det har blitt populært blant byens befolkning å legge søndagsturen med familien hit. Det gjenspeiler ikke nødvendigvis at opera som et kulturelt uttrykk har blitt mer folkelig.

Et annet kulturtilbud i Bjørvika er teaterbåten MS Innvik. Teaterbåten huser ”Nordic Black Theathre” og beskriver seg selv som et flerkulturelt, tverrkulturelt og transkulturelt kulturskip. Nordic Black Theathre skriver på sine hjemmesider at teateret har et flerkulturelt og ungt publikum, og mener selv de er et viktig bidrag i arbeidet med å gi barn og unge et positivt selvbylde.²⁸ Teateret kan representere både en form for populærkultur og subkultur. På den ene siden kan et teater representere en form for populærkultur ved at det henvender seg til et bredt publikum, da inkludert barn og unge. Men siden teateret ikke setter opp tradisjonelle forestillinger, kan teateret også beskrives som et eksperimentelt teater. Dermed kan det hevdes at teateret representerer et smalere kulturbegrep fremfor et bredt kulturbegrep, hvor kulturtilbudet er attraktivt for kun et fåtall i befolkningen.

²⁸ <http://www.msinnvik.no/>. (05.04.09. Kl. 11:05).



Bilde 3: MS Innvik i Bjørvika med operaen i bakgrunnen.

Foto: Line Thuen Nielsen.

Kunstmuseer blir av mange oppfattet som finkultur. Edvard Munch er en kjent og ”folkekjær” kunstner i Norge generelt, men kanskje i Oslo spesielt. Oslo er Munchs fødeby, og i tillegg har han testamentert store deler av kunsten sin til byen. Som jeg har vært inne på skal Munch/Stenersenmuseet lokaliseres i Bjørvika, det samme skal Deichmanske hovedbibliotek. Kan disse institusjonene skape et bredt kulturtilbud i Bjørvika? Et påfølgende interessant spørsmål å stille er; hvilke mennesker kommer til å bruke disse institusjonene? Representanten fra byråd for kultur og utdanning (H) sier i et intervju at det jobbes med hva det nye Munch/Stenersenmuseet og det nye biblioteket skal inneholde. Etatsdirektør i Oslo kommunes Plan- og bygningsetat, Ellen de Vibe, understreker i et debattinnlegg i Aftenposten viktigheten av å spørre hvordan museene kan videreutvikle et godt byområde i Bjørvika.²⁹ Hun hevder derfor at Munch/Stenersen og Deichmanske blant annet må plasseres og kobles til andre funksjoner. På denne måten mener de Vibe at publikumsrelaterte funksjoner skal sikre byliv på gatenivå.

Som en stipendiat fra AHO understreker i et intervju, kan et bibliotek romme et allsidig

²⁹ Aftenposten 26.08.08: Roller i utbyggingen. Ellen de Vibe, Etatssjef, Plan- og bygningsetaten. Oslo kommune.

spekter av aktiviteter og tilbud. Det er gratis, ingen aldersgrense og rusfritt. Deichmanske kan bli den institusjonen som brukes av et større mangfold av befolkningen i form av folk fra ulike sosio-økonomiske grupper, kvinner, menn, barn, ungdommer og av folk med ulik etnisk bakgrunn. Byrådspolitiker (H) påpeker at det er behov for å tenke nytt i planleggingen av et offentlig bibliotek;

Biblioteket er i en rivende utvikling. Vi ser ikke helt for oss hva innholdet i et nytt Deichman i Bjørvika skal være. Folk reiser ikke på tvers av byen bare for å låne en bok, det kan de gjøre på et lokalt bibliotek. Dette er vi bevisst på. Derfor må Deichman ha andre funksjoner enn bare bokutlån. Jeg synes at Litteraturhuset har blitt en suksess, det har de gjort om til et interessant sted. Det er et hyggelig sted, her kan man sitte ute å drikke en øl eller kaffe, spise lunsj der, man kan gå i bokhandelen eller gå og høre på et foredrag.

Noen av disse kvalitetene ønsker byrådspolitikerene seg også at Deichman i Bjørvika skal inneha. Byrådspolitikerene (H) understreker viktigheten av at brukerne skal få oppleve kunst, musikk, kultur og diskusjoner. Det må også være et sted som har kommet langt innen digitalisering og teknologisk nyvinning. Dette mener han er nødvendig for at folk skal ta biblioteket i bruk. Gjør folk det, er dette en institusjon han mener i stor grad kan tilføre Bjørvika et mangfoldig kulturtilbud som appellerer til ulike mennesker. Dette vil kunne føre til en levende bydel. Videre legger han heller ikke skjul på at en av suksessfaktorene til Litteraturhuset er lokaliseringen. Det ligger nærme både trikk og t-bane, og ikke minst like ved handlegaten Hegdehaugsveien/Bogstadveien. Et nytt Deichman i Bjørvika vil også kunne nyte godt av å ligge ved byens største kollektivknutepunkt.

For at den nye bydelen skal få en forankring i befolkningen tidlig i utviklingsprosessen, påpeker byutviklingskomitéen og bystyret i en av merknadene at *"ledige områder innenfor planområdet bør benyttes i utviklings- og byggeperioden"* (Oslo kommune 2003b).

Tempo! Fjordbyens temporære (midlertidige) prosjekter kan sees som et bidrag her. Disse prosjektene er et samarbeid mellom Oslo havnevesen, Bjørvika kultur og næring, Plan- og bygningsetaten ved Fjordbykontoret, Statens vegvesen, Samferdselsetaten, Byrådsavdeling for kultur og utdanning, bydel Gamle Oslo, Statsbygg, Plan B, Norsk Kulturfond og Oslo Bys vel. Som en representant fra Fjordbykontoret informerte meg om i et intervju, står Tempo! Fjordbyen for temporære prosjekter i Bjørvika. Representanten mener det er en viktig del av det å få folk til å bli bevisst på et område i sterk transformasjon, og som de har

vært avgrenset fra i lang tid, både mentalt og fysisk. Han understreker at en bevisstgjøring om at folk kan bruke Bjørvika i denne fasen er viktig. Representanten viser at det blir arbeidet med å oppfylle byutviklingskomitéens og bystyrets målsetting om at bydelen skal benyttes i utviklings- og byggeperioden. Et eksempel på dette ser vi også i "Den røde tråd".

"Den røde tråd" er et Tempo! Fjordbyen prosjekt, og er etablert for å informere om utviklingen i Bjørvika underveis i utbyggingsprosessen. En rød linje malt på asfalten markerer starten på havnepromenaden som skal gå langs sjøfronten gjennom hele Fjordbyen. Som en informant fra Fjordbykontoret sa:

En rød tråd som har blitt malt i Bjørvika mange ganger. Egentlig er det bare en gang- eller sykkelstripe. Meningen var at den skulle være en annerledes opplevelsessti. Du kunne stoppe enkelte steder, og der var det litt informasjon. Så kunne du gå til en kafé og slappe av litt der.

I 2005 ble det etablert et temporært prosjekt i ruten til "den røde tråd" kalt "En dråpe i havet" av Marianne Heier. Prosjektet problematiserte begrepet "Fjordbyen" ved å stille ut bilder av offentlige bad fra Oslos drabantbyer som er truet av nedleggelse. Hun rettet på denne måten en krass kritikk til kommunen og dens mangel på forvaltning av offentlig eiendom. Heiers prosjekt kan sees i sammenheng med Leitner og Sheppard (1998) sitt argument om at entreprenørpolitikk kan gå ut over bybefolkningens velferdstilbud. Her kan det tolkes at Heier mener at det kulturelle mangfoldet, i dette tilfellet offentlige bad i bydelene, lider under at kommunens økonomiske ressurser prioriteres i den prestisjefylte nye bydelen.



Bilde 4: "En dråpe i havet" av Marianne Heier.³⁰

5.1.2 Visjonen om en levende bydel

Utover at kulturbegrepet skal brukes i videst mulig betydning, defineres eller problematiseres ikke kulturbegrepet ytterligere i KOP. I en evalueringsrapport av KOP (Andersen et al 2002), påpekes det at det er utydelig hva KOP ligger i kulturbegrepet, og det hevdes at det kan være mer forvirrende enn klargjørende å inkludere en uavgrenset mengde i begrepet. Videre påpekes det at dersom det hadde blitt gitt en tydeligere definisjon, ville det vært lettere for KOPs målgruppe å forholde seg til kulturbegrepet. Vi ser her at den noe vage beskrivelsen av hva som inngår i kulturaspektet kan skape problemer i utviklingsprosessen, særlig når den inkluderer en rekke forskjellige aktører fra både offentlig og privat sektor. Som jeg viste til i teorikapittelet, hevder Gran og De Paoli (2005) at som en konsekvens av kulturbegrepets vanskelige avgrensning, kan mangel på en klar definisjon føre til at begrepet kan miste sin kraft i politiske sammenhenger.

Et noe mer konkret utgangspunkt for å sikre et kulturelt mangfold er gjennom målsettingen til bystyret og byutviklingskomiteen i vedtak 9; *"det skal legges til rette for et levende byliv"*. Det blir ikke definert eksplisitt hva Bjørvika som levende bydel skal inneholde, men

³⁰ <http://www.prosjekt-fjordbyen.oslo.kommune.no/article48265716.html?articleID=48426&categoryID=5716&tip=1>. (20.04.09. Kl. 14:13).

det går frem av reguleringsplanen for Bjørvika-Bispevika-Lohavn (Oslo kommune 2003a) at Bjørvika-området skal reguleres til et allsidig bruk. Det skal inneholde kontor, forretning, serveringssteder, hotell, boliger, fellesområder og kultur. Dette gjenspeiler seg i byutviklingskomitéens og bystyrets vedtak (Oslo kommune 2003b, Pkt. 6c) om å skape god balanse mellom bolig, kultur og næring.

En politiker fra byutviklingskomiteen (V) understreker i et intervju, viktigheten av å skape en levende bydel som fungerer hele døgnet. Politikeren mener at dersom man skal få til dette er man helt avhengig av en god blanding av næring, bolig og kultur. Videre sier politikeren at *”man må få mange nok til å bo og oppholde seg her, og unngå at det blir et sted for de rike”*. Jeg påpekte at transformerte havneområder ofte er det mest eksklusive og kostbare stedet i bysentrum, og spurte politikeren om hvilke tiltak som eventuelt kunne iverksettes for å få et større mangfold av mennesker. Politikeren kunne fortelle at de hadde tenkt på dette, men ikke gjort noe med det ennå. Men dersom man skal få mange mennesker inn på et mindre areal, mente politikeren det ville være gunstig å bygge studentboliger. Dette mente han ville utgjøre en *”salig blanding”* av mennesker som aktivt bruker byen. Jeg stiller meg likevel litt tvilende til at studenter er løsningen på å skaffe et større mangfold av mennesker. For det første er studenter mobile og vil ikke nødvendigvis oppholde seg i Bjørvika bare fordi de bor der. For det andre bor ofte ikke studenter på samme sted over lengre tid, og med stadige utskiftninger vil man kanskje ikke oppnå en kontinuitet som kan være med på å skape et godt nærmiljø.

For å sikre et mangfoldig kulturtilbud understreker en informant fra PBE at det kan være aktuelt med subsidiering av leie, eller differensiert prising, men påpeker at dette også er avhengig av grunneierne. Informanten sier at dette er viktig for å ha en god balanse mellom planlagt innhold og spontane initiativ fra ulike aktører. Blant annet kan det være aktuelt å legge til rette for områder eller bygninger der ungdom og alternative grupper kan utfolde sin kreativitet, avslutter informanten fra PBE. Et kulturelt mangfold i Bjørvika kan slik bidra til å skape en levende bydel, som er til gode for hele byen. Dette understreker også byrådsleder Lae viktigheten av.³¹ Direktør for Plan- og utredning i Statsbygg, May Balkøy (2004), har

³¹ Aften 28.05.08: Munch-museet til Bjørvika. Og Deichmanske og Stenersenmuseet følger med. June Westerveld. Nyheter ss. 6-8.

gjort et poeng av at i tilsvarende utviklingsprosjekter som i Bjørvika, har det blitt snakket mye om form, men lite om innhold. Hun understreker at innhold har blitt diskutert i Bjørvika, og viser til at fokuset er å skape en levende bydel. Hvilke tiltak som skal iverksettes for å skape en levende bydel konkretiserer hun derimot ikke.

5.1.3 Frykten for en "død bydel"

Gjennom mine intervjuer uttrykker politikere, planleggere, arkitekter og eiendomsutviklere stor enighet om å nå visjonen om å skape en levende bydel. Men det er en utfordring at det finnes ulike oppfatninger av hvilke virkemidler som må til for å nå denne visjonen, og i hvilken grad dette i det hele tatt er mulig å gjennomføre i Bjørvika. En stipendiat ved AHO påpeker at det åpenbart har kommet en mye sterkere kunst- og kulturdimensjon i Bjørvika etter hvert. Det tror i midlertidig ikke informanten er fordi man er opptatt av kunst og kultur i seg selv, men fordi det er et resultat av at man er redd for at Bjørvika kommer til å bli en tom bydel;

Jeg har jo alltid sagt at det kommer til å skje i Bjørvika. Det har jeg fått mye kjeft for. Jeg skjønner ikke at de bygger et område med lite boliger og mye kontorer. Da vet jeg hvordan det kommer til å se ut etter kl. 17!

Informanten understreker sitt eget poeng med at dersom man skal ha aktivitet der etter kl. 17, må det også være et aktivitetstilbud etter arbeidssdagens slutt. Informanten er positiv til at kunst og kultur brukes som virkemiddel for å tiltrekke mennesker til den nye bydelen etter endt arbeidssdag. Han mener derimot at det ikke er nok å kun samlokalisere noen tunge kulturinstitusjoner for å lage en levende bydel. Videre påpeker han at man kan planlegge og strukturere et område som Bjørvika, tilrettelegge for mye kunst, og på den måten gjøre det trivelig for folk. Men dersom dette skal bli en levende bydel, etterlyser han aktiviteter som er mer uformelle.

En bydel må inneholde mye lavskala-tilbud, ting som er billig. Dårlige butikker som dytter kjolestativene sine ut i sykkelstien, ikke sant. [...] Noe må være kjipt, noe enkelt. Alle kan ikke bælmé balsamico hele jævla tiden! Det må finnes rom for variert liv.

Også mine informanter fra Bjørvika Utvikling AS, Hav Eiendom AS og fra plan- og bygningsetaten påpeker en viss skepsis til i hvilken grad man kan oppnå en levende bydel. Skepsisen ligger i at Bjørvika ikke skal bli variert og multifunksjonell nok. Informantene fra Bjørvika Utvikling og Plan- og bygningsetaten gir videre klart uttrykk for at de er redd det kommer til å bli et monumentalt område som oppleves som lite innbydende til bruk. En informant fra Bjørvika Utvikling (BU) understreker at hun er spent på om visjonen om det mangfoldige bylivet er mulig å realisere. Hun mener det ligger utfordringer i å skape en levende bydel i Bjørvika, og legger til at hun ikke skjønner hvordan de skal få det til;

Det jeg tenker på som mangfoldig, personlig, er ikke et veldig streit og rent område. [...] Jeg ønsker at noe av Grønlandsleiret-energien kommer ned hit. Da ville dette skille seg fra Oslo Vest. Jeg ønsker at denne bydelen blir kulere, og ideelt sett mangfoldig. Men jeg frykter at det ikke kommer til å bli sånn fordi alt er nytt, alt blir så dyrt. Det er liksom ikke for småentreprenører, som nesten er en forutsetning. Man verdsetter det ikke. Igjen er man over på det med hvem er det egentlig som er ønsket av de som ”ruler”. Hvem er det som er interessante?

Ambivalensen ligger i Bjørvika som prestisjeprosjekt. På den ene siden er man avhengig av det imaget prestisjen skaper, for å tiltrekke investorer med kapital til å drive frem utviklingen både i oppbygningsfasen, og senere i den etablerte bydelen. På den andre siden kan en bydel drevet frem av prestisje, også føre til en bydel *uten* mangfold og rom for kreativitet. Dette vil stå i kontrast til hva for eksempel Richard Florida (2005) mener er viktig for å skape et nytt og kreativt område, som kan tiltrekke seg spennende og kreative mennesker. Nettopp rom for mangfold er et viktig poeng i hans tilnærming til utvikling av den kreative og attraktive byen.

En representant fra byråd for byutvikling (H) understreker i et intervju at det er helt urettmessig å anta at Bjørvika kommer til å bli en ”*død bydel*”. Hun mener det vil komme tilstrekkelig med boliger, noe som hun understreker er viktig for at bydelen skal leve. Når man i tillegg får samlokalisert kulturinstitusjonene mener hun dette er bra både for stedet Bjørvika, og for institusjonene selv. Hun understreker at disse kulturinstitusjonene, deres innhold og kunstens egenverdi i seg selv er svært viktig. De skal ikke bare være et virkemiddel for utvikling av den nye bydelen Bjørvika, men et viktig kulturtilbud til befolkningen generelt.

Det kan hevdes, som byråden (H) her er inne på, at ved å samlokalisere så viktige kunst- og kulturtilbud i Bjørvika, kan det skapes et helhetlig område som er forankret i kultur. Ved å opprettholde fokus på tilgjengelighet og inkludering, vil dette kunne skape en bydel som også vil kunne være aktiv etter arbeidsdagen er over. Dette forutsetter selvsagt at det finnes et kulturtilbud etter klokken 17. Som Lae understreker kan en samlokalisering av kulturinstitusjonene tiltrekke mer folk enn de vil klare hver for seg, spredt i byen.³² Ved å gjøre dem tilgjengelig sentralt i byen, og like ved et kollektivknutepunkt, vil dette kunne føre til både utvikling av stedet de skal ligge på, samt å gjøre kunst- og kulturtilbudet mer tilgjengelig for byens innbyggere. Politikeren (H) fra byrådet for byutvikling mener at dersom man ser Bjørvika under ett, med sine 4000-5000 boliger, de syv allmenningene, de brede gatene og havnepromenaden, vil dette generere rikelig med folkeliv.

5.2 Oppsummering

Uttrykkene kulturelt mangfold og levende bydel brukes av bystyret for å beskrive den ferdig utbygde bydelen. En del elementer i merknadene og vedtakene er spesielt viktige, og vil kunne være byggesteiner i den videre utviklingen av Bjørvika. De vil også kunne ha en viktig funksjon i profilering og markedsføring av bydelen og Oslo som Fjordby.

En utfordring med å oppnå målsettingene om en levende bydel med et mangfoldig kulturtilbud, ligger først og fremst i at byutviklingskomitéens og bystyrets merknader og vedtak er vage og generelle. KOP opererer også med et så vidt kulturbegrep som mulig. Dette blir ikke problematisert i selve kulturoppfølgingsprogrammet. Dette kan medføre at aktørene som skal følge opp KOP ikke forstår innholdet i målsettingene, eller at de tolker det slik de selv ønsker. En risikerer at kulturdimensjonen dermed får en dårlig forankring hos grunneiere og eiendomsutviklere. Ender dermed merknadene og vedtakene opp med å bli lette å selge politisk, men for vanskelig å realisere i virkeligheten? Jeg vil vise til argumentene for viktigheten av at det finnes en felles forståelse av hva kulturdimensjonen skal inneholde blant aktører som Oslo kommune, grunneiere og eiendomsutviklerne. Dette er de viktigste aktørene bak utviklingen av den nye bydelen i Bjørvika. At det eksisterer en

³² Aften 28.05.08: Munch-museet til Bjørvika. Og Deichmanske og Stenersenmuseet følger med. June Westerveld. Nyheter ss. 6-8.

felles forståelse av rammer og visjoner for bydelen, vil være avgjørende for både utforming og samarbeid. Dette vil jeg problematisere ytterligere i mine to påfølgende analysekapitler; ”Imagebygging og stedsmarkedsføring”, og ”Kulturplanlegging i et offentlig – privat samarbeid”.

6. Imagebygging og stedsmarkedsføring i Bjørvika

I forrige analysekapittel har jeg gjort rede for og analysert Oslo kommunes visjoner for Bjørvika. I dette kapitlet vil jeg ta utgangspunkt i oppgavens andre problemstilling; *hvordan brukes kulturdimensjonen i imagebyggingen og stedsmarkedsføringen av Bjørvika?* Jeg vil starte kapitlet med å beskrive hva Bjørvika som merkevare skal inneholde, sett både fra offentlige og private aktørers perspektiv. Videre i kapitlet vil jeg undersøke hvordan kulturdimensjonen blir brukt i stedsmarkedsføring av Bjørvika. Her vil jeg se nærmere på hvordan offentlige og private aktører profilerer Bjørvika, både innad i form av å vise frem Bjørvika som et attraktivt sted for den lokale befolkningen, og utad i form av å gjøre bydelen og byen mer attraktiv i den interurbane konkurransen. Til slutt vil jeg rette et kritisk blikk mot å kopiere andre byers suksess-strategier for byutvikling.

6.1 Bjørvika som merkevare

Slik jeg tolker KOP har programmet en todelt funksjon. På den ene siden, som jeg la vekt på i forrige kapittel, skal KOP være et verktøy for å ivareta kulturdimensjonen tidlig i planprosessen i Bjørvika. For det andre skal KOP være et strategidokument, og visjonene forankret i programmet *”skal fungere som et virkemiddel for å skape en positiv bydelsprofil eller image”* (Oslo kommune 2003b:11). Bjørvika skal på lengre sikt inneholde mange kvaliteter, både av materiell og immateriell art. På bakgrunn av KOPs to hovedfunksjoner kan en helhetlig visjon for Bjørvika summeres opp til at bolig, næring og kultur skal skape grunnlag for en ”kulturbydel”, med et levende byliv og et mangfoldig kulturtilbud. I tråd med Harvey (1989), påpekes det i KOP (Oslo kommune 2003b) at kultur som konkurransefaktor har blitt aktualisert som følge av den interurbane konkurransen. Behovet for å utvikle en positiv byidentitet har dermed fått en sentral plass. I KOP (Oslo kommune 2003b:11) kan man lese to hovedmålsettinger med merkevarebygging i Bjørvika. På den ene siden skal Bjørvika som merkevare:

... sikre et varig fundament for økonomisk vekst og utvikling. Merkevaren skal skape synlighet på lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt plan. [...]

For det andre, skal:

... merkevaren også bidra til å skape preferanser. For Bjørvika vil dette bety at både beboere, næringsliv og besøkende/turister skal foretrekke å velge denne bydelen på grunn av bestemte kvaliteter.

Den økonomiske veksten i Bjørvika, som gjenspeiler det første hovedmålet for merkevaren Bjørvika, skal sikres gjennom næringsvirksomheter som kjøper eller leier kontorer, og gjennom salg av boliger. På et spørsmål om hvorfor informanten fra Bjørvika Infrastruktur (BI) tror kultur brukes som strategi for utvikling, og i merkevarebyggingen av Bjørvika, svarer informanten:

Bjørvika er et sentralt sted i Oslo, og i Norge. Det viktigste var naturligvis at operaen ble lagt i Bjørvika. Det har jo vært en viktig motor sammen med at veisystemet legges i senketunnel. Så har operaen vært det viktigste man har gjort for at grunneierne har turt å satse og investere her. Da har de sett at kultur er en viktig del av satsingen. Til de grader har Oslo kommune sett at dette er noe vi ønsker å være med å støtte oppunder, og dermed kommer denne ideen om å flytte Munch museet og Deichmanske hovedbibliotek hit. Det kom jo som en flyveidé før sommeren.

Informanten fra BI trekker frem operaen som en motor i den videre utviklingen i Bjørvika, basert på at grunneiere har våget å satse og investere her. Informanten trekker også frem Oslo kommunes tro på en kulturstrategi som viktig for samlokaliseringen av

Munch/Stenersenmuseet og Deichmanske hovedbibliotek ved siden av operaen.

Disse institusjonene vil bli sentrale kultur- og formidlingsinstitusjoner i Bjørvika. Som jeg har hevdet i kapittel 5.1, kan denne kulturstrategien ansees som en "fyrtårnstrategi". Ved å gjøre Bjørvika, og Oslo, synlig både på et lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt plan, kan merkevaren Bjørvika tiltrekke næringsliv, beboere, lokalbefolkning og turister til den nye bydelen. Uten å presentere hvilke undersøkelser KOP tar utgangspunkt i, henvises det i programmet til at undersøkelser viser at det finnes en klar positiv korrelasjon mellom investering i kultur og økt økonomisk aktivitet. Det påpekes her at kultursektoren skaper arbeidsplasser med basis i bybefolkningens fritidsliv og en rask voksende storbyturisme.

At det tiltrekkes arbeidskraft, investorer og turister til Bjørvika er avgjørende for å nå

visjonen i KOP om at merkevaren skal *"sikre et varig fundament for økonomisk vekst og utvikling"* (Oslo kommune 2003b:11).

Det andre hovedmålet i KOP er at Bjørvika som merkevare skal "skape preferanser" og at ulike mennesker skal *"foretrekke å velge denne bydelen på grunn av bestemte kvaliteter"* (Oslo kommune 2003b:11). Som jeg diskuterte i kapittel 5 kommer det ikke tydelig frem i KOP hvilke aktiviteter som kommer i Bjørvika. Siden man på det nåværende tidspunkt vet veldig lite om hvilke kulturaktiviteter, shopping- og servicetilbud som kommer i Bjørvika, er det vanskelig å skjønne hvilke mennesker Bjørvika skal skape preferanser hos. Det man i midlertidig vet, er at operaen ligger der, og at Munch/Stenersenmuseet og Deichmanske hovedbibliotek kommer. Som jeg har diskutert i kapittel 5 er det ingen automatikk i at kulturinstitusjonene vil skape preferanser hos et mangfoldig publikum.

I KOP defineres også en merkevare til å *"kjennetegnes ved at den blir forbundet med et entydig sett av noen få bestemte egenskaper og funksjoner av et stort antall mennesker"* (Oslo kommune 2003b:12). Så langt i utviklings- og utbyggingsprosessen av Bjørvikaområdet, har operaen og Barcode fått mye oppmerksomhet, da både i form av begeistring og kritikk. Barcode er betegnelsen på høyhusene som hovedsakelig skal huse næring og kontorlokaler, men også noen boliger i Bjørvika. Det er mye fokus på senketunnelen som skal ferdigstilles i 2010, som vil lette området betraktelig for trafikken som området er kjent for i dag. Samlokaliseringen av Munch/Stenersenmuseet og Deichmanske hovedbibliotek har blitt omtalt i mange avisoppslag i forbindelse med arkitektkonkurransene som ble avsluttet i april i år, 2009. Samme måneden ble det også offentliggjort at Christian Ringnes vil bidra økonomisk med 90 millioner for en gondolbane som skal gå fra det kommende Munch-museet til Ekebergrestauranten.³³

I samme avisartikkel omtales Bjørvika som *"en ny prestisjebydel"*. Er det dette kjennemerket Oslo kommune ønsker for merkevaren Bjørvika? Dersom "prestisjebydel" gir assosiasjoner til et sted med privatiserte offentlige rom som kun tilhører de få (Zukin 1982), er dette ikke i tråd med Oslo kommunes visjon. En av Oslo kommunes fremste målsettinger

³³ <http://www.aftenposten.no/nyheter/oslo/article233332.ece>. 15. 04.09. Kl. 15.06.

er jo nettopp å utvikle Oslo som fjordby ved å gjøre sjøsiden mer tilgjengelig for byens befolkning. Visjonen om et mangfoldig kulturtilbud har som hensikt å tiltrekke ulike mennesker til den nye bydelen. Informanter fra henholdsvis Bjørvika Utvikling, Arkitekt- og Design Høgskolen i Oslo (AHO), Arkitektnytt og Oslo Bys Vel, er skeptiske til om man klarer å få til det den danske arkitekten Jan Gehl (1987) kaller, ”liv mellom husene”. Livet mellom husene skal bestå av hverdagslige aktiviteter mellom mennesker, og hevdes av flere av mine informanter å være en betingelse for å oppnå en ”levende bydel” i Bjørvika. Det blir et paradoks dersom det skal vise seg at bydelen blir så ”prestisjefull” at det setter begrensninger for hvilket mangfold og byliv man klarer å generere.

6.2 Oslo kommunes profilering av Bjørvika

En representant (H) fra byråd for kultur og utdanning påpeker at å flytte Munch/Stenersenmuseet til Bjørvika, og å skape en kulturklynge med operaen og Deichmanske Hovedbibliotek, er det viktigste kulturpolitiske grepet som har blitt vedtatt på veldig mange år. Operaen står som et symbol på startskuddet for utviklingen i et ellers avskåret område for offentlig ferdsel. Byrådspolitikeren sier at *”Munchs kunst representerer nasjonal kulturarv og Deichmanske hovedbibliotek representerer kunnskapsformidling”*. Disse kunst- og kulturinstitusjonene tiltrekker seg et ulikt publikum og kan sammen være med å markere Bjørvika som et unikt sted som inkluderer ulike grupper mennesker. Oslo kommune er svært opptatt av å sikre de sosiale og kulturelle kvalitetene i Bjørvika, og gjøre bydelen tilgjengelig for hele byens befolkning. Men hvor bredt favner Oslo kommune med slike kulturtilbud? Hvor stort mangfold genererer disse kulturtilbudene? Kultur som strategi for byutvikling har vokst frem som et mye benyttet virkemiddel innen nyere byplanlegging. Det kan virke som om kultur blir ansett som løsningen på utfordringer knyttet til å få bredde i alders sammensetning og sosio-økonomiske grupper. Det er ingen garanti for at operaen, Munch/Stenersenmuseet, MS Innvik eller Deichmanske hovedbibliotek vil sikre et bredt nok kulturtilbud som tiltrekker et mangfold av byens befolkning.

Et annet virkemiddel for å tiltrekke et større mangfold av mennesker, er de offentlige byrommene og havnepromenaden. Kanskje det i større grad er her, i Bjørvikas byrom, byens befolkning vil oppholde seg. Oslo kommune er også svært opptatt av å lage gode offentlige

byrom. "Byrom i Bjørvika" konkurransen i 2004 var en åpen internasjonal idé- og prosjektkonkurranse om å lage et overordnet konsept for Bjørvikas viktigste byrom. Konkurransen var et samarbeid mellom Oslo kommune og Bjørvika Utvikling AS. Konkurransen for den nye bydelens promenader og allmenninger ble avholdt før detaljplanlegging av bygningene. På denne måten blir byrommene premissgivere for den omkringliggende bebyggelsen, og ikke omvendt. En enstemmig jury kåret motto "Nyt byliv" av SLA Landskabsarkitekter og Gehl Architects til vinnere av prosjektkonkurransen "Byrom i Bjørvika". Juryens begrunnelse til "Nyt liv" var at det preges av formsterke og estetiske og helhetlige løsninger som gir plass til opplevelser og sosialt liv. En informant fra PBE understreker målsettingen om at *"det må bli mye folk i disse byrommene, og ikke sånne øde friserter plasser"*.

At Oslo kommune gir klare uttrykk for at Bjørvika skal være en bydel som inkluderer Oslos befolkning, er eksempler på offentlige myndigheters profilering av Bjørvika *innad*. Gold og Ward (1994) hevder at stedsmarkedsføring i europeiske byer, tradisjonelt sett har vært en del av den offentlige politikken. Å bruke kultur som strategi for markedsføring av sted, som Oslo kommune kan sies å gjøre i Bjørvika, er en nyere stedsmarkedsføringsstrategi i norsk sammenheng. Kommunen ønsker å gjøre kunst og kultur tilgjengelig for byens befolkning, og skape en inkluderende og levende bydel. Som Skogheim (2006) påpeker, har satsing på kultur og kulturindustri gjerne flere siktemål, og det blir stadig mer vanlig å relatere kunst- og kultur til sysselsettingspolitikk og økonomisk utvikling. Dette kan også være tilfellet i Bjørvika.

For å oppnå best mulig effekt ved profileringen av Bjørvika, påpeker en representant (H) fra byråd for byutvikling at det må finnes enighet om hva som skal bli Oslos hovedprofil. Videre sier representanten at utbyggere, grunneiere og politikere må ha en felles strategi, slik at langsiktige verdier ikke går tapt. Knut Felberg, seniorrådgiver i Statsbygg, siteres i Åpent rom: *"vi mangler nok et varemerke, noe som Oslo, og bare Oslo, kan være kjent for"*.³⁴ Som en politiker (V) fra byutviklingskomiteen også påpeker:

³⁴ http://www.statsbygg.no/aapentrom/arkiv/nr4_2001/artikler/bjorvika.htm. (05.05.09. Kl. 13:51).

Det er viktig at landet er stolt av Oslo. Kultursatsingen er viktig for å få til det. I Oslo har strategiene hele tiden vært å bygge byen ned mot sjøen med næring, bolig, kultur, plasser og torg på disse arealene. Det er en hovedstrategi.

Med en bredere enighet om hva hovedprofilene skal inneholde, kan det også bli lettere å profilere seg bedre. Det har vært bred enighet om å bruke kultur som strategi i utviklingen av den nye bydelen. Oslo kommune mener det er avgjørende med en kombinasjon av næring, bolig og kultur i utviklingen av Bjørvika, for å fremme flerfunksjonell bruk av området. Denne flerfunksjonaliteten ble spesifikt trukket frem av en representant (V) fra byutviklingskomiteen og en representant fra plan- og bygningsetaten (PBE) som gode kvaliteter som også kan fremme trivsel og livskvalitet. At Norges fremste kunstner, Munch, lokaliseres ved siden av operaen, trekkes frem av en politiker (H) fra byråd for kultur og utdanning, som et grep for å gjøre norsk kulturarv mer tilgjengelig for befolkningen.

I intervjuene mine refererte flere av politikerne til "Bjørvika som porten til Norges hovedstad". Dette er et utdrag av merknaden i bystyrevedtaket: *"Bjørvika som porten til Norges hovedstad skal fremstå som et uttrykk for moderne norsk bykultur og identitet i byggekunst, teknologi og bærekraftig utvikling. Den nye bydelen skal være til glede og stolthet for hele Oslos befolkning [...]"* (Oslo kommune 2003b:11). Portmetaforen i denne merknaden kan hevdes å tjene to av Oslo kommunes målsettinger; på den ene siden, som jeg har vært inne på i avsnittet over, å inkludere befolkningen slik at Bjørvikaprojektet forankres hos dem. For det andre kan metaforen være en del av visjonen om å profilere Bjørvika og Oslo *utad*, altså i den interurbane konkurransen. Representanten (H) fra byråd for byutvikling sier at:

Vi skal ikke ta fra byen det blå-grønne, det er jo virkelig en av kvalitetene til byen. På fjordbyutstillingen har vi profilert oss med slagordet; Oslo – the blue and the green, and the city in between. Oslo er en pulserende storby, og i tillegg har nærhet til både fjorden og marka, det er kvaliteter som veldig få andre storbyer har. Men vi bør kanskje begynne å legge litt mer vekt på "the city in between". Fokus på arkitektur, kultur og sammenhengende havnepromenade. Det kan være med på å løfte Oslo, og gjøre byen mer attraktiv internasjonalt.

Hovedfokuset i vandreutstillingen "Oslo – the Fjord City Expo" (Fjordbyutstillingen), er Oslos satsning på byutvikling, med særlig vekt på Fjordbyen. Utstillingen er bygget opp av

softshops, filmer, bilder og veggtekster som også viser norsk kunst og kultur. Formålet med utstillingen er å gjøre Oslo kjent, synliggjøre norsk kunst, samt å knytte nye kontakter og skape dialog mellom ulike fagmiljøer i byer utstillingen besøker. Publikum blir gjennom utstillingen, seminarer og andre arrangementer gjort kjent med ikke bare Fjordbyen og Oslos blå – grønne prosjekt, men også Oslo som internasjonal by med vekt på næringsliv, forskning og kultur. Utstillingen ble vist for første gang i Shanghai våren 2006 og ble sett av om lag 12 000 mennesker. I 2007 ble "Oslo – the Fjord City Expo" stilt ut i Europa, med første stopp i Genova. I mai 2009 vises utstillingen i St. Petersburg i Russland. Dette er et eksempel på hvordan offentlig sektor er med på å bruke kunst og kultur som en del av stedsmarkedsføring av Fjordbyen Oslo.

Men til tross for økt satsing på merkevarebygging av Oslo, hevder flere av mine informanter at dette ikke gjøres i tilstrekkelig grad. Bortsett fra Fjordbyutstillingen mener flere av informantene at Oslo bruker for lite ressurser på å markedsføre både hovedstaden, og den nye bydelen i Bjørvika. En representant (H) fra byråd for kultur og utdanning sier;

Vi er et land som sammenlignet med mange andre land i Europa bruker nokså begrensede ressurser på å gjøre oss kjent. Fordi vi er små, kan vi ikke være overalt, og fordi vi har valgt å stå utenfor EU, noe jeg sterkt beklager, så er det viktig at vi satser på noe. Da er jo det å satse på Munch, også i utlandet, viktig.

Representanten (H) fra byråd for byutvikling kritiserer markedsføringsarbeidet ved å påpeke at:

Det er byer som er flinkere til å profilere seg. I andre hovedsteder brukes det mer penger på det. Det kan jo kommunen gjøre noe med. Det er merkelig at ikke næringslivet gjør mer. Næringslivet gjør mer i byer som København og sånn [...].

Bjørvika skal bli en bydel som kan bidra i profileringen av Oslo som helhet, og styrke mulighetene for at hovedstaden kan hevde seg i en stadig tøffere konkurranse mellom Europas byregioner. Operaen, og etter hvert kanskje Munch/Stenersenmuseet, er med på å profilere Oslo utad. Det kan hevdes at operaen har blitt kjent internasjonalt fordi den er tegnet av Snøhetta Arkitekter, som har vunnet flere prestisjetunge arkitekturpriser for bygget.

Det kommer frem av intervjuer med de involverte aktørene i utviklingen av Bjørvika, at de er enige om at et bredt kulturtilbud, tilgjengelighet til fjorden og rom for utfoldelse av ulike

livsstiler, er kvaliteter som kan danne grunnlag for et godt omdømme for bydelen. Dette gjelder både *innad* i Oslo, og *utad* i internasjonal målestokk.

6.3 Markedsstyrt profilering av Bjørvika

Det kommer frem i intervjuer med Hav Eiendom AS (HAV) og Oslo S Utvikling AS (OSU), at de i større grad enn de offentlige planmyndighetene ønsker å vektlegge de fysiske kvalitetene ved stedet. Dette kommer blant annet frem gjennom deres fokus på lokaliseringsmessige kvaliteter ved området. Til forskjell fra kommunens fokus, kan dette sies å være mer målbare kvaliteter. En informant fra OSU poengterer:

Det som gjør Bjørvika attraktiv for hovedkontorlokalisering er at beliggenheten er svært sentral. Det er miljømessig veldig positivt å være her, fordi du kan ha medarbeidere som i stor grad benytter seg av kollektivtransport. Du kan jobbe i Bjørvika, og bo langt av gårde. Vi har en målsetting for Bjørvika om at det skal være en 80/20 regel, at minst 80 % skal reise hit kollektivt. Minst!

De private eiendomsutviklerne legger stor vekt på fysiske lokaliseringsmessige kvaliteter ved Bjørvika, og det trekkes frem faktorer som kommer befolkningen til gode. Dette kan betegnes som en profileringsstrategi *innad*, da den handler om å gjøre bydelen attraktiv for byens befolkning. OSU eier 1/3 av tomtearealet i Bjørvika, hvor de blant annet skal bygge boliger for 3000 mennesker, kontorer med 10 000 arbeidsplasser, samt forretninger, restauranter og kafeer. Eiendomsutvikleren sier videre at han har tro på at utbyggingen av Bjørvika, med miksen av boliger, næring og kultur, vil sette Oslo på kartet. ”*Om ti år kommer det til å myldre her*”, hevder han. Informanten fra OSU påpeker at utfordringen med hele Bjørvika-prosjektet er å få til nettopp denne funksjonsblandingen; ”*Vi føler at vi har fått det til på papiret, så gjenstår det å få det til i virkeligheten*”.

Videre kan en næringsprofil oppnås ved en ferdigstilt Barcode rekke, og det spekuleres i om dette på sikt vil bli Norges nye finansdistrikt. Revisjons- og rådgivningsgiganten PricewaterhouseCoopers (PwC) har allerede flyttet inn i sitt bygg med 600 ansatte. DnB Nor planlegger å samle alle hovedkontorfunksjoner i området, og på nabotomten pågår byggingen av hovedkontoret til Kommunal Landspensjonskasse (KLP). Oslo Børs har i 200 år lagt på

vestsiden av Bjørvika. Pressetalsmann, Tor Arne Olsen, har sagt til VG at Oslo Børs er fornøyd med å gå fra en lokalisering i byens verste strøk, til å nå ligge i byens beste strøk.³⁵

I tillegg til å eventuelt bli et finansdistrikt, hevder også Oslo S Utvikling AS i et intervju at de vil investere i kunst i sine byggeprosjekter. Som informanten påpeker, vil investeringer i kunst først og fremst gjelde bestillingsverk som lages spesifikt for Barcode, da i form av utsmykking integrert i fysiske strukturer og overflater.

I en redegjørelse av hvorfor det har oppstått nye forbindelser mellom kunst og næringsliv, hevder Gran og De Paoli (2005) at en sentral faktor er de økonomiske motivene bak næringslivets økende interesse for kunst og estetikk. Kunst og kultur brukes i økende grad både i markedsføring av bedrifter og for å skape et spennende arbeidsmiljø og tiltrekke de mest kompetente menneskene. Det påpekes videre at kunst og kultur som næringsutvikling er et forholdsvis nytt fenomen i Norge, og anses for å være en markedsstrategi. Når bedrifter kjøper kunst, gir sponsorstøtte eller subsidierer kunstnere og kunstinstitusjoner, kan dette anses som en god samfunnsmessig handling. Mange av de største bedriftene i Norge sponser musikkbransjen, idrett og kunst. Kan det likevel argumenteres for at investering i kunst og sponsorstøtte også er et ledd i merkevarebyggingen av selve bedriften? Når bedrifter viser en slik form for samfunnsansvar, er det i følge Gran og De Paoli (2005) en måte å få økt legitimitet og aksept hos politikere, kunder, samarbeidspartnere og samfunnet for øvrig.

En informant fra Oslo S Utvikling AS (OSU) påpeker at Norges største skipsfunn har blitt gjort på deres byggeområde, og hevder at OSU har funnet et bryggeanlegg som er større enn bryggeanlegget i Bergen på tomten. Gjennom representantene fra eiendomsselskapet ble jeg fortalt at ett av de fremgravde skipene vil bli konserverert og bygget opp igjen, for så å bli plassert i DnB Nor-byggets resepsjonsområde. Dette kan være et eksempel på hvordan næringsaktører tar del i utviklingen og vedlikeholdet av de kulturelle innslagene i den nye bydelen. At OSU som er et eiendomsutviklingsselskap i Bjørvika velger å bruke tid og ressurser på å *”bevare middelalderhistorie som er lite dokumentert”*, som de selv hevder i intervjuet, kan ses i sammenheng med å prøve å gjøre Barcode mer *”samfunnsmessig*

³⁵ <http://e24.no/naeringseiendom/article2454023.ece?service=print>. (30.03.09. Kl. 14:03).

legitim” (jf. Gran og De Paoli 2005). Den samfunnsmessige legitimiteten ligger i å ta hensyn til kulturarven og gjøre det tilgjengelig for ansatte og for byens befolkning.

Dette kan være en strategi for å bedre sitt omdømme ettersom Barcode-rekken har måtte tåle mye kritikk. Aurdal trekker frem, daværende Oslo Venstres leder, Ola Elvestuens bruk av ”mur” som en betegnelse på høyhusene i Barcode.³⁶ Aurdal mener dette er et innslag fra den negative diskursen som preget debatten. De massive protestene om byggenes høyder som skygger for bebyggelsen bak, har ført til en ”charette” arrangert av Gamle Oslo Bydelsutvalg. ”Charetten” skulle være en workshop for å lage en alternativ byplan for Bjørvika, hvor hovedagendaen var å skape et mer lokalt forankret Bjørvika. Dette skulle gjøres ved at den nye bydelen skulle ha en lavere bebyggelse og en mer bærekraftig profil. Prosjektet ble gjennomført fra 22. januar – 26. januar 2008. Hvoslef-Eide, arkitekt og styremedlem i Oslo Bys Vel, gir strykkarakter til glassfasadene i PWC-bygget, og nå DnB Nor, og mener byggene ikke er bærekraftige.³⁷ Protester og charetten er et eksempel på hvordan lokalbefolkning og lokale aktører involverer seg i utviklingsprosessen av Bjørvika.

Gran og De Paoli understreker at bruk av kunst og estetikk i markedsføring gir produkter, tjenester og bedrifter en merverdi og en konkurransefordel. Oslo S Utvikling AS sin strategi kan her anses som et virkemiddel for å gjøre seg synlig i den interurbane konkurransen i et presset marked. Dette er en strategi *utad*. En hensikt med plasseringen av skipet hos DnB Nor er å skape en kulturattraksjon som også kan trekke publikum til Barcode. I følge Gold og Ward (1994) blir det i kampen om oppmerksomhet, brukt markedsføringsstrategier som et viktig verktøy for å gi stedet et image og en identitet. Kulturarv kan her sies å bli brukt i markedsføringen av Bjørvika, og kan i neste omgang dermed bidra til at flere mennesker besøker bydelen.

Økt merkevarebygging av sted er et behov som har blitt fremtredende gjennom utvikling av en stadig kraftigere interurban konkurranse. I kampen om å gjøre stedet attraktivt for investorer så vel som for den allmenne befolkning, har også behovet for å framtre som noe

³⁶ http://www.nytid.no/arkiv/artikler/20070809/bygg_byen/. 10.06.08. Kl.12:09.

³⁷ Aften 17.11.08. Krise i arkitekturen. Didrik Hvoslef-Eide. Debatt s. 16.

særegent og prestisjefylt vokst frem. En slik interurban konkurranse vil i følge Harvey (1989) skape både vinnende og tapende byer. Harvey mener at gjennom å delta i den interurbane konkurransen gjør byer seg avhengige av økonomiske investeringer og kapitaltilførsel. Kultur har blitt et viktig verktøy i stedsmarkedsføring, og lokale interesser og velferdstilbud blir ofte ikke prioritert når større økonomiske hensyn dukker opp (Leitner og Sheppard 1998). Dette kan også bli en utfordring i utviklingen av Bjørvika, som også er avhengig av økonomiske investeringer fra ulike investorer. Uten pågang fra næringsaktører og entreprenører som ser økonomisk utviklingspotensial i Bjørvika, vil bydelen vanskelig kunne vokse frem. Som nevnt i flere anledninger, ønsker Bjørvika både en tilgjengelig og levende bydelsprofil, kombinert med næring og kontorfasiliteter.

Ved å skape en stedsprofil som representerer et mangfoldig kulturtilbud i Bjørvika, ønsker man et område som innbyr til bruk. Man ønsker å skape en inkluderende bydel, tilgjengelig for alle samfunnslag. Men dersom visjonen om den levende og inkluderende bydelen ikke er forankret i befolkningen, risikerer man at man skaper bilder av steder som ikke stemmer overens med virkeligheten. Harvey (1989) betegner dette som ”a carnaval mask”, og beskriver med dette hvordan politikere og utbyggere kan forsøke å dekke over økende sosial ulikhet. Dette kan i neste omgang føre til at sosiale grupper blir ekskludert fra noen områder. Dersom den nye bydelen i Bjørvika ikke klarer å oppnå sin visjon om å være tilgjengelig for alle, vil ikke virkeligheten stå til det konstruerte imaget av Bjørvika.

6.4 Blir Bjørvika en standard merkevare?

Entusiasmen for sjøfronutsutviklingen i Oslo er stor blant byråds- og bystyrepolitikerne. Som jeg har vært inne på tidligere omtales Bjørvika blant annet som porten til Norges hovedstad, kulturbydelen som skal sette Oslo på kartet internasjonalt og Oslos nye ansikt i mediene. Forventningene til hva Bjørvika skal bli, og hvilke ringvirkninger kultursatsingen skal generere er ikke beskjedne. Med en standard merkevare, mener jeg om Bjørvika blir svært lik andre transformerte havneområder hvor kultur brukes som strategi for både sosial og økonomisk utvikling. Er sjøfronutsutviklingen i Bjørvika unik? Vil Bjørvika som merkevare klare å sette Oslo på kartet?

Som jeg har vært inne på ved flere anledninger i oppgaven, brukes Bilbao og Guggenheim-museet som et eksempel på en vellykket kulturstrategi for å styrke byens image og videre for å oppnå økonomisk vekst. Som Skogheim (2006) påpeker, er det en del risikoer forbundet med å skulle overføre ideer og konsepter fra utenlandske byer til en norsk kontekst. Hun hevder at byer som Bilbao og Barcelona er vesentlig større og har et langt mer allsidig kultur- og byliv å tilby, enn hva som er tilfellet for de fleste norske byer. Derfor understreker hun at inspirasjon og idéoverføring fra det internasjonale repertoaret først og fremst må dreie seg om å skape tro på at det er mulig å få til forandring.

Jessop (1996) er kritisk til at byer kopierer suksess-strategier fra andre steder. Ved å praktisere det Jessop kaller svakt entreprenørskap, taper de ofte i den interurbane konkurransen fordi ”suksess-strategiene” ikke fungerer i deres nye kontekst. Slik blir dette en risikabel strategi. Blir Bjørvika en standard merkevare ved at Oslo kommune i samarbeid med grunneiere og eiendomsutviklere tar i bruk etablerte utviklingsstrategier for å utvikle byens sjøfront? Det kan hevdes at det forekommer det Jessop kaller ”svakt entreprenørskap”, i Bjørvika. Det kan hevdes på bakgrunn av at utviklingen i Bjørvika skjer rundt bydelens fyrtårn, Den Norske Opera & Ballett. Kultur brukes som strategi for å gjøre bydelen attraktiv for næringsliv, beboere, byens befolkning og for turister. En fyrtårnstrategi med utgangspunkt i kultur i tidligere havneområder har blitt en mye anvendt utviklingsstrategi de siste 25 årene. Kulturstrategien i Bjørvika er dermed ikke en innovativ utviklingsstrategi i en internasjonal sammenheng.

Jeg vil ikke hevde at Oslo kommune kun kopierer andre byers suksessfylte strategier for sjøfrontsutvikling, der disse overføres til en lokal kontekst i Fjordbyen Oslo. Selv om ikke utviklingsstrategien er unik, kan Bjørvika bli det, både i en lokal- og etter hvert i en internasjonal kontekst. Jeg vil derimot vise til at det finnes farer forbundet med å ikke i tilstrekkelig grad utvikle en selvstendig strategi for både økonomisk og sosial utvikling tilpasset den lokale konteksten. Utfordringen ligger i om politikere og utbyggere klarer å ivareta Bjørvikas særegenheter og Oslo befolknings behov, ved å inngå i den interurbane konkurransen med en etablert sjøfrontsutviklingsstrategi.

6.5 Oppsummering

I dette analysekapittelet har jeg tatt utgangspunkt i oppgavens andre problemstilling;

Hvordan brukes kulturdimensjonen i imagebyggingen og stedsmarkedsføringen av Bjørvika?

Jeg startet kapittelet med å beskrive hva Bjørvika som merkevare skal inneholde, sett både fra offentlige og private aktørers perspektiv. I KOP (Oslo kommune 2003b:11) kan man lese to hovedmålsettinger med merkevarebygging i Bjørvika. På den ene siden skal Bjørvika som merkevare sikre økonomisk vekst og utvikling, og på den andre siden skal merkevaren bidra til å skape preferanser. Det finnes en stor tro blant både informanter fra Oslo kommune og fra informanter fra de private eiendomsselskapene på at operaen skal fungere som en motor for økonomisk vekst, og videre utvikling i Bjørvika. Men troen på at man skal klare å skape et mangfoldig kulturtilbud som favner bredt nok til å inkludere hele byens befolkning, er det knyttet mer skepsis til. Bakgrunnen for dette er at utviklingen i Bjørvika i stor grad er styrt av private eiendomsutviklere med et bedriftsøkonomisk perspektiv på utviklingen. Dette kan begrense hvor bredt de private aktørene vil satse innenfor ulike kulturuttrykk.

Videre i kapittelet har jeg undersøkt hvordan kulturdimensjonen blir brukt i stedsmarkedsføring i Bjørvika. Her har jeg sett nærmere på hvordan offentlige og private aktører profilerer Bjørvika, både innad og utad. Slik det kommer frem av undersøkelsen av Oslo kommunes perspektiv, vektlegger de i stor grad en profilering *innad*, hvor de er opptatt av å gi noe tilbake til byens befolkning etter en så stor transformasjon. Oslo kommune har også et fokus på å profilere Bjørvika og Oslo *utad*. Som en representant (H) fra byråd for byutvikling påpeker, er det ønskelig å fokusere på arkitektur og kultur som kan synliggjøre Oslo internasjonalt, og videre styrke byens posisjon i den interurbane konkurransen.

De private aktørene i Bjørvika har også både et perspektiv innad og utad i sin profilering av Bjørvika. Målsettingen om å gjøre Bjørvika til en bydel for hele befolkning er også viktig for de private aktørene. Det er likevel forbundet utfordringer med strategier for *utadorientert* markedsføring i Bjørvika. Den største utfordringen med en utadorientert markedsføring er at private aktører i større grad prioriterer å tiltrekke eksterne investorer og mobil kapital, i stedet for å ivareta lokale interesser.

Jeg avsluttet dette kapittelet med et spørsmål om Bjørvika blir en standard merkevare. Jeg

stilte spørsmål ved om sjøfrontsutviklingen i Bjørvika vil bli unik. På den ene siden er ikke bruk av kultursatsing som utviklingsstrategi innen byutvikling et nytt fenomen i internasjonal sammenheng. På den andre siden er kultur som strategi for utvikling av Oslos sjøside en storsatsing, og unik for byen og byens befolkning. Det er derfor viktig å gjennom hele prosessen være bevisst på å tilpasse kulturstrategiene til Bjørvika, så man unngår å kopiere en annen bys suksess som ikke vil fungere like godt i Bjørvika.

7. Endrede roller i byplanlegging

I dette tredje analysekapittelet vil jeg diskutere oppgavens tredje problemstilling; *hvilke utfordringer kan oppstå med å implementere en bred kultursatsing i et offentlig-privat samarbeid i utviklingen av Bjørvika?* Utfordringer med samarbeidet i Bjørvika jeg vil diskutere i dette kapittelet, er hvorvidt man klarer å nå Oslo kommunes fremste målsetting om å skape et mangfoldig kulturtilbud og en levende bydel.

7.1 Samarbeid mellom kultur og næring

Uavhengig av utviklingen i Bjørvika, foregikk det en annen prosess på departementsnivå, som har vært viktig i forhold til kultursatsingen i den nye bydelen i Bjørvika. I august 2001 utarbeidet Nærings- og handelsdepartementet (NHD) og Kulturdepartementet (KD) dokumentet ”Tango for to - Samspill mellom kulturliv og næringsliv”. *”Dette heftet handler om hvordan vi gjennom næringspolitiske og kulturpolitiske virkemidler kan legge til rette for et samarbeid som kan styrke begge parter og øke verdiskapingen”* (Nærings- og handelsdepartementet og Kulturdepartementet 2001:4). Det legges vekt på kultur som virkemiddel i by- og stedsutvikling, og det pekes på hvordan kultur kan være avgjørende for et lokalsamfunns evne til å holde på folk og virksomheter. Dette kan gjøres ved å åpne for nye allianser mellom kultur- og næringsliv.

Vi er ikke i tvil om at det ligger et betydelig utviklingspotensial i et tettere samspill mellom næringslivet og kulturlivet. På den ene siden kan det styrke produksjonen av norsk kunst og kultur og tilby kulturlivet nye utviklingsmuligheter. På den andre siden kan det sette ytterligere fart i en næringsutvikling basert på innovasjon, kreativitet og idérikdom. Det vil også kunne bidra til å forsterke vår nasjonale identitet og vår internasjonale konkurransekraft.

(KD og NHD 2001:3)

I ”Tango for to” (2001) påpekes det at Norge ikke er første landet som retter oppmerksomheten mot et samarbeid mellom kulturliv og næringsliv. Derfor har KD og NHD hentet inspirasjon fra tilsvarende initiativer i andre land. Det påpekes i ”Tango for to” at KD og NHD i første rekke vil trekke frem erfaringer fra Danmark, der Kulturministeriet

og Erhvervsministeriet, gikk sammen om en felles kultur- og ervervspolitisk redegjørelse. Denne er kalt ”Danmarks kreative potensiale”. Det presiseres imidlertid at KD og NHD har valgt å ikke overføre de danske strategiene, men heller legge opp til forslag som er tilpasset norske forhold og norske utfordringer. Dette er et viktig poeng, for som jeg viste til i forrige kapittel (2.3) kan det være en risiko knyttet til å ta i bruk andre byers strategier.

I følge ”Danmarks kreative potensiale” er et tettere samarbeid mellom kulturlivet og næringslivet ikke en forbigående tendens. Det vektlegges at en felles kultur- og næringspolitisk dagsorden er nødvendig for å møte samfunnsendringer drevet frem av den globale utviklingen. I ”kunst og kapital” skriver Gran og De Paoli (2005) om viktigheten av et tettere samarbeid mellom kunst, estetikk og næringsliv innenfor byutvikling. Gran og De Paoli mener at de nye forbindelsene mellom kunst- og kultur og næringsliv må ses i lys av de nye kravene til innovasjon og differensiering i en stadig mer global og opplevelsesorientert økonomi. De viser til hvordan næringslivet de siste tiårene i større grad tar i bruk privat utsmykking, kreativitetskurs, ”events” og andre typer estetiske virkemidler for å skille seg ut på markedet.

7.2 Initiativ til kultursatsing i Bjørvika

Det kan hevdes at byggingen av operaen i Bjørvika var avgjørende for initiativet til den brede kultursatsingen i Bjørvika. Operaen skulle bygges av Statsbygg og initiativet om en bred kultursatsing kom fra en av Statsbyggs ansatte, Knut Felberg. Felberg mente kultursatsingen burde sikres gjennom et kulturoppfølgingsprogram. Nergaard (2006) viser til at Felberg har sett at kultur er et viktig satsingsområde i veldig mange byer og land, men i mindre grad i Norge. Fordi et kulturoppfølgingsprogram representerte en ny måte å tenke planlegging på i Norge, hevder Nergaard at dette passet inn i Statsbyggs strategi om å være i front av utviklingen. Fordi et kulturoppfølgingsprogram ville videreføre en del av intensjonene og tankegodset som lå i ”Tango for to”, og omsette dette til noe konkret, fikk Statsbygg også støtte fra Kulturdepartementet (KD) og Nærings- og handelsdepartementet (NHD).

Allerede i 2001 arrangerte Statsbygg en workshop med fokus på å utvikle en kulturstrategi for Bjørvika. For å gjøre planarbeidet i en stor plansak som i Bjørvika lettere, ble det gjort et nytt organisatorisk grep ved å etablere et fagråd for Bjørvika. Fagrådet skulle i følge Gran og

Hovind (2003) være ansvarlig for utarbeidelse av reguleringsplanen. Fagrådet bestod av de mest sentrale aktørene i området, hvor Oslo kommune var representert gjennom Oslo havnevesen, eiendoms- og byutviklingsetat og plan- og bygningsetat, og Staten var representert gjennom Statens Vegvesen Region Øst og Statsbygg. I tillegg var ROM eiendomsutvikling/Oslo S utvikling representert som den store grunneieren. Nergaard (2006) påpeker at til tross for at ingen politiske myndigheter var representert, var det i dette fagrådet alle beslutninger i forhold til Bjørvika-reguleringen ble tatt. Det var derfor avgjørende å få aksept i fagrådet, dersom man skulle få forankret kultursatsingen i planarbeidet.

Fagrådet arrangerte to workshoper (13/2-02 og 26/2-02) på teaterbåten MS Innvik i Bjørvika.³⁸ Hensikten med disse var å se på muligheten for å integrere en kulturdimensjon i planarbeidet på et tidlig tidspunkt. Den ene workshopen var rettet mot institusjoner og bedrifter som var tenkt å ha langsiktige interesser i Bjørvika. Den andre workshopen samlet festivaler og ”spontane” kulturaktiviteter for å få frem ideer til bruk i byggefasen. Resultatene fra disse workshopene ble brukt i det videre planarbeidet med KOP (Gran og Hovind 2003).

Noen av disse punktene i KOP har jeg presentert tidligere i oppgaven. Ved å nå ta frem noe av bakgrunnen til hvordan disse punktene ble utarbeidet, ønsker jeg å belyse hvordan samarbeidet mellom forskjellige aktører og sektorer kan være en sentral del av planarbeidet.

7.2.1 Samarbeid rundt oppfølging av kulturoppfølgingsprogrammet

Opprettelsen av foreningen ”Bjørvika kultur og næring” (BKN) ble initiert av Statsbygg, og kom som et resultat av de to workshopene på Teaterbåten MS Innvik, under arbeidet med kulturoppfølgingsprogrammet for Bjørvika (KOP) (Gran og Hovind 2003). Foreningen ble konstituert 11. april 2002 med den hensikt å opprettholde engasjementet og sikre kontinuitet i videreutviklingen av ideen om et samarbeid mellom næring og kultur. BKN ble opprettet som en uavhengig interimforening,³⁹ uten fast forankring hos verken private eller offentlige

³⁸ Kan forstås som et seminar.

³⁹ En midlertidig organisasjon. Som BKN (2002-2003).

bevilgende myndigheter. Dette var en forening hvor man forsøkte å koble kultur- og næringsaktører, i samarbeid rundt temporære kulturarrangementer og profilering av Bjørvika. I oktober 2003 ble BKN avviklet som forening, med det formål å videreføre arbeidet i Bjørvika Utvikling AS (BU). Dette var også intensjonen i KOP, hvor det fremkommer at plan- og bygningsetaten vil ha forvaltningsansvar for KOP inntil utviklingsselskapet er etablert. I KOP (Oslo kommune 2003b:9) står det at BU skal:

[...] ta ansvar for nødvendige utredninger, planlegging og gjennomføring av tilretteleggingstiltak som skal være felles for hele området. [og] [...] ivareta videreutvikling av KOP som en del av et overordnet styringssystem for selskapet og de andre aktørene.

Med dette tillegger KOP Bjørvika Utvikling AS en meget viktig rolle i den videre forvaltningen av programmet. Som jeg har vært inne på, ble BU opprettet som et overordnet utviklingsselskap eid av grunneierne (se figur 3 i 4.2), med hovedansvar for å bygge ut all infrastruktur i Bjørvika. I etterkant har de også fått ansvaret for å følge opp KOP. Nergaard (2006) hevder at BU har fått en viktig rolle som aktør i kulturoppfølgingen av to grunner. For det første blir det gitt økonomiske midler til BU gjennom infrastrukturbidrag. Dette er penger som skal brukes til utbyggingen av all teknisk infrastruktur i Bjørvika, men også til kultursatsing og videreutvikling av KOP. Nergaard mener at da BKN ble avviklet og arbeidet skulle inkorporeres i BU, var dette av økonomiske grunner. Dette fordi man best kunne fortsette gjennom å knytte BKNs drift til de økonomiske midlene som lå i BU. Den andre grunnen til at BU har en viktig rolle, er at dette er grunneiernes samordningsorgan. Det er her man vedtar budsjetter som går på felles oppgaver, blant annet infrastruktur og kultur. BU inngår i dag i Tempo! Fjordbynettverket for temporære kulturtiltak. Først og fremst er de viktige i finansieringen av tiltak, men kan som alle andre aktører i nettverket også komme med forslag til tiltak.

I følge Gran og Hovind (2003) kom Oslo kommune noe sent på banen i forhold til kultursatsingen i Bjørvika. Etter at daværende byråd for kultur og utdanning, Kjell Veivåg, i 2002 ble informert om KOP av representanter fra BKN, tok seksjon for kultur og utdanning initiativ til å opprette det tverrfaglige samarbeidsnettverket ”Tempo! Fjordbyen”. Dette samarbeidsnettverket ble lansert i 2003. Deltakerne var i utgangspunktet Oslo kommune, Statsbygg, Statens Vegvesen Region Øst, BKN og BU. Prosjektet har imidlertid helt fra starten av invitert til en bred deltakelse der ”alle” som har interesser i området er med. Dette

gjelder både offentlige og private aktører. Tempo! Fjordbyen prosjekter er et forsøk på å etablere et tettere samarbeid mellom de ulike aktørene gjennom arbeidet med temporære kulturtiltak. Dette er et eksempel på hvordan offentlige myndigheter og næringslivet kan samarbeide og utnytte hverandres ressurser.

7.2.2 Oppnådde resultater av samarbeidet rundt temporære kulturtiltak

I følge Gran og Hovind (2003) var entusiasmen stor da arbeidet med temporære tiltak i Bjørvika startet. De skriver at tre av Bjørvika Kultur og Nærings (BKN) medlemmer, NSB, Oslo S utvikling og Color Line, gikk inn med 100 000 kroner hver. I tillegg fikk BKN også støtte fra Nærings- og handelsdepartementet, Norsk kulturfond, Oslo kommune og Statsbygg. Teaterbåten MS Innvik ble en viktig ressurs som arena for arrangementer. Her ble det stilt materiell som lys, scene og arbeidskraft til rådighet basert på dugnadsånd. I perioden BKN opererte ble det arrangert kulturtilbud som konserter, utstillinger og performance-art.

En informant fra Fjordbykontoret trekker frem ”Åpen dag”, startet i 2006, som et vellykket prosjekt for å informere byens innbyggere om hva Bjørvika er, og hva bydelen skal bli. Prosjektet er ikke i utgangspunktet et Tempo! Fjordbyen prosjekt, men informanten anser ”Åpen dag” som et temporært prosjekt. Dette begrunner han med at tiltaket har blitt iverksatt tre år på rad, og er et arrangement i regi av ulike aktører involvert i utviklingen av bydelen. I 2006 og 2007 var arrangementet et samarbeid mellom Statens vegvesen, Statsbygg og Plan- og bygningsetaten. Det ble arrangert gratis båtturer med guide, muligheter for å stå på senketunnelen, oppleve arkeologiske funn, besøke forplassen på operahuset og være med på presentasjoner av huset. Det ble også holdt presentasjoner om fjordbyen i regi av Plan- og bygningsetaten på teaterbåten MS Innvik. Dette tiltaket føyer seg inn i rekken av samarbeid på tvers av sektorer, som er et kjennetegn ved en ”governance”- drevet byutvikling. Dette er prosesser som kunne vært vanskelig å få gjennomført dersom det ikke hadde forelagt et koordinert samarbeid mellom forskjellige deltakende aktører.

Som KOP skisserer, ønskes det at det opprettholdes engasjement knyttet til utviklingen av den nye bydelen. Dette skal gjøres gjennom å gjøre området tilgjengelig gjennom aktiv deltakelse. Med fysisk deltakelse mener jeg at mennesker får oppholde seg i den nye bydel. Temporære kulturprosjekt og Åpen dag har invitert til bruk. Med informativ tilgjengelighet

mener jeg at Oslobeboere har blitt invitert til åpne møter hvor den videre utviklingen i Bjørvika blir diskutert. Dette betyr likevel ikke at Oslobeboere har en reell påvirkningskraft på den videre utviklingen.

Informanten fra Fjordbykontoret forteller at arrangørkomiteen for Åpen dag det første året hadde et *”moderat budsjett og moderate ambisjoner, og da kom det kanskje 2000-3000 mennesker”*. I 2007 derimot, understreker informanten at med operaen som en hovedmagnet, resulterte dette i at 20 000 mennesker deltok på arrangementet. Dette var første gang operataket og deler av operaen ble åpnet for allmennheten. I 2008 estimerte informanten publikum til å være rundt 10 000 mennesker. Dette året ble Åpen dag arrangert av flere aktører; Oslo S Utvikling, Statens vegvesen, Den Norske Opera & Ballett og Plan- og bygningsetaten. I tillegg var det flere medarrangører, deriblant AF Skandinavia, Sørenga Utvikling KS, ROM Eiendom, Bjørvika Utvikling AS, Hav Eiendom AS, Norsk Sjøfartsmuseum og MS Innvik. Informanten fra Fjordbykontoret anser Åpen dag som et veldig viktig prosjekt fordi;

[...] dette går jo nettopp på det å bevisstgjøre folk på hva som kommer, på bredden ikke minst, på hva som er å tilby. Nå har vi jo gjentatt det flere ganger, så jeg tror dette prosjektet kommer til å bli mer enn et ”temporært” prosjekt. Poenget er at man må ha noe nytt å vise, kanskje noe som skaper entusiasme og begeistring. Operaen var jo et sånt et i 2007.

Med dette mener han de temporære kulturarrangementene har endret folks oppfatning av Bjørvika fra det han karakteriserer for å være *”et lite tilgjengelig område assosiert med trafikk og rusmisbruk, til å assosiere Bjørvika med attraktive kulturaktiviteter”*. At Bjørvika har fått mye positiv medieomtale for de temporære kulturtiltakene og Åpen dag, kan anses som svært viktig for markedsføringen av Bjørvika.

7.2.3 Avtagende interesse

Bjørvika Utvikling (BU) fortsatte sammen med Tempo! Fjordbyen å legge til rette for temporære kulturarrangementer også etter at Bjørvika kultur og næring (BKN) opphørte. En strategisk tanke var å fortsette et fokus mot kunstsektoren, for å prøve å vise at Bjørvika vil kunne bli et interessant sted for kunstnere å jobbe. På den måten ville man videreutvikle de relasjonene til kunstsektoren som allerede var skapt. Det kommer derimot frem i undersøkelsen til Nergaard (2006) at entusiasmen i satsingen ikke har vært like stor som

under BKNs tid. Flere av informantene mine underbygger Nergaards funn, og trekker frem ”den råde tråd” som det mest sentrale temporære tiltaket som har blitt gjennomført i Bjørvika. Som en informant fra PBE sier:

Vi opplevde at interessen dalte og det ble vanskelig å få med alle aktørene i et spleiselag. Det var trykk en periode, men så ble det mangel på både finansiering og ideer. Mange følte det var vanskelig å se nytten av det når deler av området var i fullstendig oppgraving.

En informant fra Bjørvika Infrastruktur (BI) påpeker at oppfølging av KOP er et felles ansvar mellom alle som bygger i Bjørvika. Informanten fra BI forteller videre at de har et eget budsjett som skal brukes på kunst, men understreker at dette ikke er stort. Til tross for informantens forståelse av oppfølgingsansvaret ved KOP, er han nølende på spørsmålet om i hvilken grad han opplever at KOP er en felles veileder og inspirasjonskilde for utbyggerne i Bjørvika. Konklusjonen hans er at oppfølgingen av *KOP* ”kommer nok til å gå litt i bølger”.

7.3 Kulturdimensjonens forankring hos aktørene

Som jeg har vært inne på, påpekes det i governance litteraturen at det ofte ligger ulike interesser bak samarbeid mellom ulike aktører. Min undersøkelse av den temporære kultursatsingen viser at det forekommer ulike innstillinger til kultursatsing og oppfølging av denne, blant de ulike aktørene. Av intervjuene mine kommer det likevel frem at ulike aktører involvert i utviklingen og utbyggingen av Bjørvika, er enige om å samarbeide om å skape en levende bydel med et mangfoldig kulturtilbud i Bjørvika. KOP skal være det samlende elementet i et samarbeid rundt denne visjonen. Det som imidlertid synes å være mer uklart, er hva denne kultursatsingen, eller det brede kulturbegrepet i KOP, konkret skal inneholde. Både politikere og planleggere fra Oslo kommune, og flere av de private eiendomsaktørene, sier at de har problemer med å definere kulturbegrepet. En informant fra plan- og bygningsetaten sier at kultur i Bjørvika ”*kan jo være alt*”. Informanten trekker frem eksempler på kulturaktiviteter som vedkommende ønsker vil komme i Bjørvika, og nevner kino, rekreasjon, kunst, museer og kafeer. På samme spørsmål, svarer en byrådspolitiker (V) med å trekke frem de store linjene i kulturpolitikken og om visjonene for den ferdige

”kulturbydelen”. Politikeren (V) blir usikker når vedkommende ble bedt om å utdype selve innholdet i kulturinstitusjonene og det nye biblioteket.

Planleggeren fra PBE og byrådspolitikerens (V) er ikke de eneste av mine informanter som vegret seg for å komme med eksempler på innholdet i de nye kulturinstitusjonene og biblioteket. Dette kan ha en sammenheng med at det er mange aktører involvert i planleggingen. Fordi det er så mange aktører involvert har alle en mening om hvordan det bør bli, men svært få føler ansvar for å faktisk følge det opp. Stipendiaten fra AHO hevder at politikerne og entreprenørene har fått mer makt de siste 25 årene, noe som har gått på bekostning av fagpersonell i PBE. I følge informanten er utfordringen med et governance-preget styresett at ansvar pulveriseres, og sier: *”det er så mange som er med på å ta beslutningen, og på den måten kan man ikke si hvem som har tatt den. Og så er det ulike prosedyrer hver gang”*. Dette tydeliggjør Bowitz og Høeghs (2005) fokus på viktigheten av at kommunen har klare mål for hva de ønsker å oppnå gjennom arealplanlegging og byutvikling, til tross for nyere planleggingsteorier som vektlegger kommunikasjon og samarbeid. Dersom ansvar og risiko blir spredd på en rekke aktører, er det også en naturlig konsekvens at den enkelte aktørs ansvar for oppfølging blir svakere. Dette kan være en konsekvens av byutvikling preget av governance-struktur, som fremmer deltakelse av flere aktører og samarbeid på tvers av offentlig og privat sektor.

En informant fra HAV sier at deres visjoner for Bjørvika på mange måter er nedfelt i reguleringsplanen, hvor det står at de skal gjøre det gamle havneområdet mer tilgjengelig for folk. Som informanten sier: *”Så vårt mål er tosidig, både å drive byutvikling og tjene penger”*. Det kan for det første stilles spørsmål ved hvorvidt visjonen om en levende bydel med et mangfoldig kulturtilbud, er sterkt nok forankret hos involverte aktører. For det andre kan det stilles spørsmålsteget ved om aktørene forstår hva innholdet i målsettingen om en kulturstrategi er. Dersom målsettingen om kulturbasert utvikling verken er forankret hos aktørene, eller aktørene har en felles forståelse av innholdet i målsettingen, har jeg vanskelig for å se at de involverte aktørene vil klare å mobilisere ressursene som må til for å nå denne visjonen.

Som Nergaard (2006) også påpeker, var det allerede under utarbeidelsen av kulturoppfølgingsprogrammet problemer med visjonens forankring hos enkelte av aktørene i fagrådet. Dette kom av at KOP var et pilotprosjekt i Norge, og at Oslo Havn KF samt Statens

vegvesen ikke hadde noe spesielt fokus på kultur i sin drift. Som min informant fra PBE påpeker, ligger noe av utfordringen med å få i gang temporære tiltak i at *”frimerkene som vi kan få det til på ikke er så store, fordi anleggsvirksomhetene tar opp plassen”*. Informanten mener her at det er liten tilgjengelighet for blant annet temporær kulturaktivitet under utbyggingsfasen. Bruk av områder og lokaler kom i konflikt med Statens Vegvesen Region Øst sitt senketunnel-prosjekt spesielt, og Oslo havns drift generelt. Statens vegvesen på sin side mente det var uforsvarlig å drive kulturprosjekt rundt et byggeprosjekt som krevde streng sikkerhet og avgrensning av området. Oslo Havn KFs havneskur ble ansett som en viktig arena for temporær kulturaktivitet, og det oppstod konflikt mellom bruken av disse områdene til kulturformål, og Oslo havn KFs primærdrift, nemlig å drive havn. Denne konflikten belyser vanskeligheter som kan oppstå når aktører med forskjellig agenda, ønsker felles råderett over det aktuelle området i Bjørvika. I dette tilfellet er det vanskelig å kombinere et kulturtilbud med både utbygging og generell drift av Bjørvikaområdet.

At det har vært en utfordring å engasjere alle de involverte aktørene trenger imidlertid ikke være ensbetydende med at de ikke har villet satse på kultur. Kulturdimensjonen har ikke tidligere vært en del av verken havnedrift eller vegarbeid. Derfor er det desto viktigere at det burde kommet tydelig frem av KOP, som er en veileder, hva kulturdimensjonen skulle inneholde. Dersom man skal oppnå en vellykket kulturstrategi i Bjørvika, er det avgjørende at det finnes en bred felles forankring rundt denne. Aktørene må ha klare og forståelige retningslinjer å forholde seg til for at visjonen skal oppnås. Det presiseres også i KOP at viktigheten av samarbeid mellom alle involverte kan bli helt avgjørende for å få til en vellykket implementering av kultur i Bjørvika. I følge Felberg er det:

[...] bare om vi har et program og nødvendige styringsverktøy vi kan være sikre på at myndigheter og utbyggere er i stand til å følge opp den valgte strategien for utvikling av området. Utbyggere, grunneiere og politikere må være enige om strategien, slik at langsiktige verdier ikke går tapt.⁴⁰

Samarbeidsstrategien mellom både offentlige og private aktører i utviklingen av Bjørvika, kan sies å være et tveegget sverd; på den ene siden oppleves den å være avgjørende for å nå visjonen om en levende bydel med kulturelt mangfold. På den andre siden kan den skape

⁴⁰ http://www.statsbygg.no/aapentrom/arkiv/nr4_2001/artikler/bjorvika.htm. (17.04.09. Kl.12:11).

konflikter mellom aktører med forskjellig agenda for bruken av området. Jeg anser forankring og felles forståelse av visjonen for Bjørvika å være avgjørende for å få til et velfungerende samarbeid mellom de involverte aktører.

7.3.1 Utfordringer med kultursatsing innenfor et offentlig-privat partnerskap

Et offentlig-privat partnerskap er ikke ukomplisert, og kan medføre en rekke utfordringer, som for eksempel med implementeringen av kulturdimensjonen i Bjørvika. Gran og De Paoli (2005) påpeker at kunst- og kulturlivet og næringslivet tradisjonelt sett har tilhørt to forskjellige sfærer med tilsvarende ulik logikk. Sterkt forenklet kan det framstilles som at næringslivet på den ene siden har fokus på effektivitet og er instrumentell i form av en mål-middel tankegang. Resultatene skal være målbare, lønnsomme og forutsigbare. På den andre siden har kunst- og kulturfeltet fokus på form og innhold, hvor kunsten og kulturen har en autonomi. Effekten eller verdien av kunst og kultur behøver ikke være målbar, da feltet ikke er primært lønnsomhetsorientert. I tillegg er kunst og kulturlivet mer uforutsigbart og eksperimentelt enn næringslivet (Statsbygg 2005). I Statsbyggs veileder (2005) blir det lagt vekt på at det økonomiske feltet og kunst- og kultur feltet har opptrådt som hverandres motsetninger i mange hundre år, og disse historiske føringene spiller fremdeles en rolle når kultur og næringslivet skal samarbeide i dag.

Næringslivets lønnsomhetstankegang står gjerne i kontrast til kunst- og kulturfeltets eksperimentelle arbeidsform, hvor prosess ofte er viktigere enn resultat. Men det finnes en rekke tendenser i dagens samfunn som viser at det motsatte er i ferd med å skje. Kultur- og næringsliv begynner å samarbeide på nye måter. Dette er Bjørvika Kultur og Næring (BKN) et eksempel på. Utviklingen av bydelen Bjørvika er i begge feltenes interesse, om enn på forskjellig måte. Dette kan hevdes å være selve kjernen i utfordringen med å implementere et mangfoldig kulturtilbud. Bjørvika skal ha en kulturprofil med et tilbud som skal inkludere hele byens befolkning, samt være et attraktivt område for turister. Som sagt er dette et mål blant både de offentlige og de private aktørene jeg har intervjuet. Det at kunst og kultur også skal ha en egenverdi tillegges størst vekt av mine informanter fra byråd for byutvikling, byråd for kultur og utdanning og plan- og bygningsetaten. I tillegg understreker en informant fra Bjørvika Utvikling viktigheten av kunstens og kulturens egenverdi, selv om selskapet også har som målsetting å oppnå økonomisk avkastning på utviklingen i Bjørvika.

Tomtene i Bjørvika eies ikke lenger av kommunen, men av grunneiere som også har som mål å tjene penger på å leie ut eller å selge dem. Her blir kunst og kultur i større grad betraktet som et middel for noe annet, da gjerne i merkevarebygging av egen bedrift, eller som virkemiddel for økonomisk vekst. En slik tankegang eksisterer hos både Oslo S Utvikling og Hav Eiendom, noe de påpeker de er helt åpne rundt.

Som tidligere nevnt, har det vært varierende oppfølging av KOP, og videre varierende interesse for temporære samarbeidsprosjekt som angår kultur. I forbindelse med havnepromenaden og initiativet ”Den røde tråd”, var Havnevesenet lite fleksible. Når næringslivet forholder seg til byutvikling gjør de ofte det ut fra markedets logikk og ut fra bedriftens økonomiske interesser (Gran og De Paoli 2005). Utbygging av et sentrumsnært område like ved Norges største kollektivknutepunkt, anses av en av mine informanter å være gunstig for næringsprofilen. Dette er en attraktiv lokalisering fordi flere store bedrifter kan ha interesse av å plassere hovedkontoret sitt her. Ved en potensiell samlokalisering av hovedkontorer i et ellers svært attraktivt område, kan det skape et konkurransefortrinn (Porter 1990).

Nå kan selvsagt Oslo S Utvikling AS og Hav Eiendom AS ha en genuin interesse for kunst og kultur, og det er ikke nødvendigvis motsetning mellom det å dyrke denne interessen og det å investere i, eller sponse kultur av mer strategiske grunner. Informanten fra Fjordbykontoret påpeker at partene i Bjørvikaprojektet har vært interessert i kulturtiltak underveis i byggingen, men legger til at det ofte er de samme genuint interessert aktørene som stiller opp.

Det går tydelig fram av Statsbyggs rapport (2005) at Linstow, som er medeier i OSU, har satset på BKN og en kulturdimensjon av egeninteresse. Linstow håper å få et økonomisk utbytte av kulturinvesteringen i fremtiden. I et utbyggingsprosjekt som Bjørvika, driver næringslivet først og fremst med næringsutvikling, selv om de ønsker å styrke kulturdimensjonen. Gran og De Paoli (2005) hevder at det kan være hensiktsmessig å skille mellom begrepene næringsutvikling og byutvikling. Næringsutvikling har næringsinteresser som sin drivkraft og motivasjonsfaktor, mens byutvikling skal ha selve byen i fokus med alle dens tilhørende elementer, innbyggere, offentlige rom, samferdsel, næring, miljø og kultur. Næringsutvikling er en del av byutvikling, mens byutvikling er noe langt større enn næringsutvikling. Et hovedspørsmål i ethvert utbyggingsprosjekt som angår hele

byen, er hvem som skal være ansvarlig for den overordnede byutviklingen. Å overlate ansvaret ene og alene til et eiendomsselskap med økonomiske interesser, kan fort gå ut over en mer helhetlig byplanlegging. KOP er en veileder for implementering av kultur i utbyggingen av Bjørvika, og er i den forbindelse også et ønske om å bygge bro mellom kulturelle interesser og næringsinteresser.

Nå kan selvsagt næringsaktører tenke visjonært, strategisk og langsiktig om byutvikling. Oslo Havn KF har ikke sett det som sin oppgave å tilrettelegge for kulturaktiviteter i Bjørvika, da de primært driver en havn. I følge Nergaard (2006) ønsker ikke Oslo Havn KF å ta et overordnet grep, men vil vurdere tilrettelegging og tillatelse til gjennomføring fra prosjekt til prosjekt. Det kan synes at dersom eiendomsutviklerne og næringsaktører tror at en bevisst kulturstrategi for en bydel kan tjene deres sak, kan det være interessant for dem å investere i en slik kultursatsing. Problemet med å overlate de langsiktige strategiene til eiendomsutviklernes interesser, er at deres interesser skifter. Ved kortsiktige investeringer og hyppig skifte av eiere, har man ingen garanti for at kulturdimensjonen blir ivaretatt på lengre sikt. I forlengelsen av dette, kan man tenke seg en tilsvarende utvikling i Bjørvika. Man kan risikere at KOP blir vellykket i selve utbyggingsprosessen og eventuelt i første fase av den ferdige bydelen, men at nye eiere deretter vil nedprioritere kulturdimensjonen ved å øke husleier og innføre bruksendringer. Det var nettopp et slikt eierskifte som førte til at Black Box Theatre måtte ut av Aker brygge i 2002 (Statsbygg 2005). Linstow eiendom syntes ikke det var hensiktsmessig å sponse teateret med den billige husleiekontrakten teateret hadde med seg fra forrige eier. Med den nye husleien ble det umulig for det kommunalt finansierte Black Box Theatre å bli i deres lokaler på Aker Brygge. Hvordan man skal unngå et slikt scenario i fremtidens Bjørvika, bør det tas stilling til på et tidlig stadium.

7.3.2 Svekket offentlig styring

Flere av informantene mine mener at planmyndighetene har mistet makt som en konsekvens av at private aktører i større grad deltar mer aktivt i byutviklingsprosesser. Som en arkitekt og journalist fra Arkitektnytt sa: *"Plan- og bygningsetaten er nå, etter at nyliberalismen og markedskreftene slo til for fullt, vingeklippet og faglig redusert"*. Informanten poengterer at han likevel ikke drømmer seg tilbake til Harald Hals i mellomkrigstiden, som var den sterke byplansjefen i Oslo. I stedet etterlyser han en diskusjon om hvilket byplankontor og hvilken

byplanlegging som trengs for å skape en helhetsplan for byen. Dette mener han ikke eksisterer i Oslo i dag. Han trekker frem at reguleringsplanen i Bjørvika er altfor fleksibel, noe som fører til at grunneierne får fritt spillerom. Han stiller spørsmålstegn ved om Hav eiendom AS og Oslo S Utvikling AS, som egentlig er eiendomsutviklingsselskap, er kompetente til å drive byutvikling.

Det er først og fremst de fysiske strukturene og de overordnede formålene, forankret i reguleringsplanen, Plan- og bygningsetaten (PBE) kan påvirke. Dette medfører at PBE har begrenset mulighet til å påvirke innholdet i de ulike funksjonene. Så lenge grunneier holder seg innenfor hva byggeområdet er regulert til å inneholde, som for eksempel næring, bolig, hotell eller allmennyttige formål, er valget av innholdet i lokalene opp til grunneier å bestemme. PBE har for det første ingen mulighet til å bestemme at allmennyttige formål skal inneholde et kulturtilbud. For det andre kan heller ikke PBE bestemme at kulturtilbudet skal bestå av en rockeklubb eller et eksperimentelt teater.

Det største byutviklingsprosjektet i Oslo på 400 år er i gang, og ansvaret for utbyggingen er i stor grad overført til private eiendomsutviklere. Jeg har vært inne på farene ved kortsiktige investeringer fra private næringsaktører med hovedfokus på økonomisk profitt. Kortsiktige investeringer i en bydel hvor et mangfoldig kulturtilbud og et levende byliv skal danne grunnlaget for en kulturprofil, er det grunn å være kritisk til. Det er i stedet særdeles viktig med kontinuitet gjennom utviklingen av en ny bydel. Det kan stilles spørsmålstegn ved om de private aktørene i Bjørvika representerer denne kontinuiteten.

Som jeg har vært inne på, foregår mye av byutviklingen i dag nettopp på markedets premisser. Det er ofte private eiendomsutviklere som har kapital og realiseringsevne, mens kommuner ofte har liten finansiell evne til å følge opp sin reguleringsmyndighet (Bowitz og Høegh 2005). Mangelen på økonomiske virkemidler i det kommunale plan- og reguleringsarbeidet, kan dermed gjøre offentlig sektor avhengig av å samarbeide med eiendomsutviklere med gjennomføringsevne. Det kan hevdes at når Oslo kommune kun kan regulere, mens Oslo S Utvikling AS og Hav Eiendom AS finansierer utviklingen, kan dette føre til at økonomiske interesser for utbyggere og markedsaktører går foran samfunnsmessige formål. Dette kan være kontorlokaler fremfor boliger, privatiserte rom fremfor offentlige byrom eller næringsliv fremfor kulturinstitusjoner. Interessekonflikten mellom økonomisk

profitt og det allmenne velferdstilbudet synliggjøres i byutviklingskomitéens og bystyrets merknad i bystyresak ”Byutvikling Bjørvika – Bispevika, grunnlag for videre planarbeid” (2001b), gjengitt i Kulturoppfølgingsprogrammet for Bjørvika (KOP) (2003b:7):

Etablering av offentlige rom er en svært viktig del av utviklingen i Bjørvika... Det er viktig å understreke at offentlige rom er til syvende og sist det eneste kommunen har full kontroll over. Det er derfor svært viktig at dette arbeidet tas alvorlig av byrådet.

Poengene som tas opp over, er et velkjent og ofte kritisert aspekt ved entreprenørpolitikk (Harvey 1989, Leitner og Sheppard 1998). Ved økt deltakelse fra private næringslivsaktører i utviklingen av Bjørvika, uttrykker min informant fra Arkitektnytt at planmyndighetene har mistet makt over utbyggingsprosessen. Dette er i tråd med det Harvey (1989) hevder kan føre til en mindre demokratisk byutvikling, ved for sterk vektlegging av byers økonomiske utvikling og konkurransekraft. Makten som tidligere har vært samlet i Oslo kommunes bystyresal, er nå i større grad overført til et større antall private aktører.

For å sikre kulturdimensjonen både underveis i byggefasen og i den ferdigbygde bydelen, mener mine informanter fra Oslo Bys Vel og Arkitektnytt at det ville være fordelaktig med et politisk nivå som i større grad tok ansvar for den overordnede byutviklingen. Det vil si at Oslo kommune ved byrådet og bystyret må bli mer offensiv og fremstå som en synlig aktør i Bjørvika. Oslo kommune er i prinsippet den aktøren i utviklingen av Bjørvika som kan ivareta kontinuitet og langsiktighet i etableringen av en ny kulturbydel i Oslo. Kontinuitet trekkes frem som et viktig aspekt for å opprettholde fokus på kulturdimensjonen i utviklingen av Bjørvika. For å ivareta en helhetlig plan kan det, ifølge informanten fra Arkitektnytt, hevdes at det politiske nivået bør delta mer aktivt i den overordnede byutviklingen. Han understreker videre at politikernes må inngå i tettere samarbeid med både kultur- og næringslivet slik at et godt og mangfoldig kulturtilbud sikres. Dilemmaet med dette, kan være vissheten om at politikernes muligheter for å føre en helhetlig politikk kan reduseres når andre aktører blir en del av samfunnsstyringen (Fimreite et al 2005).

7.4 Oppsummering

I dette kapitlet har jeg diskutert oppgavens tredje problemstilling; *Hvilke utfordringer kan oppstå med å implementere en bred kultursatsing i et offentlig-privat samarbeid i utviklingen av Bjørvika?* De tydeligste utfordringene med et offentlig-privat samarbeid rundt en kulturstrategi for Bjørvika i min undersøkelse, er at verken kulturdimensjonen, eller innholdet i denne, er forankret hos de offentlige og de private aktørene. Dette kan føre til to scenarioer. For det første kan en avtakende interesse for temporære samarbeidsprosjekt fra de private aktørenes side, føre til liten kulturell aktivitet i Bjørvika i utbyggingsfasen. Dette kan skape problemer med å forankre bydelen i den lokale befolkningen, og begrense hvilket ”levende byliv” det blir her når bydelen står ferdig.

For det andre skal bydelen ha en bred kulturprofil som skal være attraktiv for både hele Oslo befolkning og tilreisende. Mangel på forståelse av innholdet i kulturdimensjonen kan føre til at målsettingen om et ”mangfoldig kulturtilbud” ikke blir nådd. De private eiendomsutviklerne i Bjørvika opererer etter en bedriftsøkonomisk tankegang. Man kan dermed stille spørsmål ved om private næringsaktører tør å satse på et bredt og mangfoldig kulturtilbud i frykt for at dette ikke vil sikre god økonomisk avkastning.

8. Konklusjoner

Siktemålet med denne oppgaven har vært å vise hvordan kultur brukes i utviklingen av Bjørvika. Innledningsvis i oppgaven stilte jeg tre forskningsspørsmål, hvor det første var; hva er Oslo kommunes fremste målsettinger med en kulturstrategi for Bjørvika? Videre spurte jeg hvordan kultur brukes i imagebyggingen og stedsmarkedsføringen av Bjørvika. Med mitt siste forskningsspørsmål ønsket jeg å undersøke hvilke utfordringer som kan oppstå med å implementere en bred kultursatsing i et offentlig-privat samarbeid i utviklingen av Bjørvika.

For å svare på disse problemstillingene har jeg tatt utgangspunkt i hvordan kulturplanleggingen i Bjørvika i dag blir til i skjæringspunktet mellom offentlige og private aktører. Her vil jeg oppsummere mine funn.

8.1 Kulturstrategi for Bjørvika

Den overordnede kulturstrategien for Bjørvika kan summeres opp i fem punkter; for det første skal bydelen bestå av en blanding av kultur, næring og kultur. For det andre skal byen åpnes opp mot fjorden. For det tredje skal kulturstrategien styrke samarbeidet mellom kultur- og næringsliv. For det fjerde skal det etableres attraktive byrom, og til slutt skal kulturambisjonene for Bjørvika realiseres gjennom Kulturoppfølgingsprogrammet for Bjørvika (KOP), som innebærer et samarbeid mellom eierne, kommunen og andre sentrale aktører i Bjørvika.

Basert på bykomitéens og bystyrets merknader og vedtak, som er gjengitt i KOP, har jeg trukket frem vedtak pkt.9 om et ”levende byliv”, og merknaden om ”mangfoldig kulturtilbud”, som to nøkkelbegrep i KOP for å sikre kulturdimensjonen. Disse to målsettingene har jeg valgt å fokusere på med utgangspunkt i oppgavens første problemstilling, men de vil også være sentral i diskusjonen av de to neste problemstillingene. Videre har jeg påpekt at det ikke presenteres noen tydelig definisjon på hva innholdet i disse to begrepene skal være. Det fremkommer likevel av KOP at et *fravær* av disse kvalitetene vil være ensbetydende med et mislykket prosjekt.

Målsettingene om et "levende byliv" og et "mangfoldig kulturtilbud" i Bjørvika, handler i følge KOP om å kunne inkludere hele byens befolkning og de som skal bo i bydelen. Etableringen av gode offentlige byrom for hele befolkningen som sikrer et levende byliv, er viktig for alle informantene mine. Dette kommer imidlertid tydeligst frem hos informantene fra byråd for byutvikling, og byråd for kultur og utdanning, samt planleggeren i Plan- og bygningsetaten. Av KOP fremgår det at de offentlige byrommene bør fremstå som "multifunksjonelle arenaer" som sikrer variert og mangfoldig bruk. Det kommer ikke klart frem av KOP hvilket innhold de offentlige byrommene skal ha, og det er vanskelig å få en forestilling om hvilke mennesker som er målgruppen i den nye bydelen. Men det som kan fastslås er at KOP heller ikke legger begrensninger på hva som skal utvikles av kulturtilbud, og dermed er det heller ingen mennesker som ekskluderes.

Visjonene om et levende byliv og et mangfoldig kulturtilbud kan forstås som et tidlig forsøk på å etablere en bred kulturpolitikk i Bjørvika. Likevel har jeg stilt spørsmål ved hvor bredt kulturtilbudet blir. Det er ingen garanti for at de involverte aktørene klarer å skape et mangfoldig kulturtilbud. Spesielt informantene fra Bjørvika Utvikling (BU), Plan- og bygningsetaten, Arkitekt og design Høyskolen i Oslo og Arkitektnytt påpeker at de er redde for at det kommer til å bli et monumentalt område som i liten grad vil inkludere mange ulike mennesker. Informanten fra BU understreker at hun er spent på om det mangfoldige bylivet er mulig å realisere.

Bakgrunnen for en slik skepsis kan ligge i at transformasjonen av Bjørvika på mange måter kan beskrives som et prestisjeprosjekt. Bjørvikaprojektet er det største prosjektet i Oslo på 400 år, og den nye bydelen skal være for hele byens befolkning, men samtidig være Oslos nye ansikt internasjonalt. Når det siktes høyt, er fallhøyden også stor. Er det nødvendig å legge stor prestisje i prosjektet for at det skal kunne gjennomføres? Det er ikke lett å gi et enkelt svar på dette. Det hevdes at Oslo kommune ikke kunne gjennomført denne transformasjonen alene. Kommunen er avhengig av et partnerskap med aktører som kan bidra økonomisk, og som også kan være med å drive utviklingen fremover.

Jeg vil ikke uttale meg om hvorvidt det er mulig å nå Oslo kommunes fremste målsettinger for Bjørvika i fremtiden, det vil bare bli spekulasjoner. Det jeg vil hevde er at det kan bli vanskelig å oppnå målsettingen om et mangfoldig kulturtilbud, fordi selve innholdet i

kulturtilbudet ikke er tydelig. Problemet med kultur som strategi for byutvikling, er at det er et vanskelig begrep å definere. Det er veldig mye forskjellig som kan karakteriseres som kultur. Kulturtilbud som kan inngå i kulturbegrepet kan da blant annet være kino, kunstgallerier, skatepark, festivaler, ungdomsklubber og interaksjon mellom ulike mennesker i offentlige byrom. Når kulturbegrepet defineres i videst mulig forstand i kulturoppfølgingsprogrammet for Bjørvika (KOP), er det en fare for at begrepet blir for uhåndgripelig. Dette mener jeg kan føre til at aktørene som skal følge opp KOP, enten ikke forstår innholdet i kulturdimensjonen, eller at de tolker det slik de selv ønsker. Man kan dermed risikere at kulturdimensjonen får en dårlig forankring hos grunneiere og eiendomsutviklere. Dette kan resultere i at Oslo kommunes fremste målsettinger om et mangfoldig kulturtilbud og en levende bydel ikke blir nådd.

8.2 Imagebygging og stedsmarkedsføring

Kulturstrategien er også en viktig del av profileringen og merkevarebyggingen av Bjørvika, og jeg har stilt spørsmålet; *hvordan brukes kultur i imagebyggingen og stedsmarkedsføringen av Bjørvika?* Operaen, Munch/Stenersenmuseet og Deichmanske hovedbibliotek er kulturinstitusjoner som brukes aktivt i imagebyggingen av Bjørvika som en kulturbydel. Livet og aktiviteter som vil utspeile seg på havnepromenaden og i de offentlige byrommene, inngår i et vidt kulturbegrep, slik det brukes i Bjørvika.

Kulturdimensjonen i imagebyggingen skal, i følge KOP, gjøre Bjørvika til en merkevare som både skal sikre økonomisk vekst og skape preferanser hos ulike mennesker. På den ene siden kan Bjørvika dermed nyte godt av at ulike medier beskriver bydelen som et prestisjeprosjekt, fordi det ville kunne tiltrekke investorer og virksomheter som kan generere fremtidig økonomisk vekst, men også fordi det kan skape preferanser hos ulike mennesker slik at de vil velge å oppholde seg i Bjørvika. På den andre siden kan dette føre til at bydelen blir så ”prestisjefull” at det setter begrensninger for hvilket mangfold og byliv man klarer å generere.

Jeg har også undersøkt hvordan kultur blir brukt i stedsmarkedsføring i Bjørvika. Her har jeg sett nærmere på hvordan offentlige og private aktører profilerer Bjørvika, både innad og utad. Mitt funn er at Oslo kommune i stor grad vektlegger en profilering *innad* i byen, hvor de er opptatt av å gi noe tilbake til byens befolkning etter en så stor transformasjon. Dette

kommer blant annet frem av fokuseringen på å skape en havnepromenade og gode offentlige byrom.

Oslo kommune vil også profilere Bjørvika og Oslo *utad*. Som en representant (H) fra byråd for byutvikling påpeker, er det ønskelig å fokusere på arkitektur og kultur som kan synliggjøre Oslo internasjonalt, og videre styrke byens posisjon i den interurbane konkurransen.

De private aktørene i Bjørvika har også både et perspektiv innad og utad i sin profilering av Bjørvika. Målsettingen om å gjøre Bjørvika til en bydel for hele befolkning er også viktig for de private aktørene. I intervju med Oslo S Utvikling (OSU) og Hav Eiendom AS (HAV), legger de ikke skjul på at de imidlertid også skal tjene penger på arbeidet de gjør. Det er forbundet utfordringer med en slik *utadorientert* markedsføring som i Bjørvika. Den største utfordringen ved et slikt tosidig mål, er at når OSU og HAV prioriterer å tiltrekke eksterne investorer og mobil kapital, kan det gå ut over lokale interesser og behov. Det er vanskelig å si om det er kun de økonomiske motivene som ligger bak OSU sin interesse for å investere i kunst og kultur på sine eiendommer i Bjørvika. Siden OSU arbeider ut i fra et bedriftsøkonomisk perspektiv, kan det hevdes at også investering i kunst sees i lys av økonomisk fortjeneste. At OSU velger å bruke tid og penger på å ”bevare middelalderhistorie som er lite dokumentert”, kan videre ses i sammenheng med å prøve å gjøre Barcode mer ”samfunnsmessig legitim”. Ligger intensjonen bak investeringen i kunst i utbyggingsprosjektene også i å markedsføre Barcode som et attraktivt sted å kjøpe eller leie arbeidslokaler i?

Til tross for økt satsing på imagebygging og stedsmarkedsføring av Bjørvika og Oslo, finnes det en felles oppfatning blant alle informantene mine om at det brukes for lite ressurser på dette. Fjordbyutstillingen trekkes frem av en representant (H) fra byråd for byutvikling, som et godt markedsføringsprosjekt for å vise frem Oslo på. Utstillingen vises i forskjellige land. Formålet er å sette Oslo på kartet som en internasjonal by med vekt på næringsliv, forskning og kultur. I tillegg skal det knyttes nye kontakter og skape dialog mellom ulike fagmiljøer i byer utstillingen besøker.

Jeg har stilt spørsmålstegn ved hvorvidt kulturstrategien i Bjørvika er unik. Kultur som

strategi for utvikling i tidligere havneområder er blitt en mye anvendt strategi for byutvikling, og er dermed ikke unik i sitt slag. Det kan likevel hevdes at kulturstrategien er unik i Norge, og at operaen og Munch/Stenersenmuseet kan sette Oslo på verdenskartet. Det som er den store utfordringen er om Bjørvikas særegenheter blir ivaretatt når politikere, planleggere og private utbyggere velger en etablert strategi for å utvikle Oslos sjøfront.

8.3 Kulturplanlegging mellom offentlige og private aktører

Utviklingen av et kulturoppfølgingsprogram for Bjørvika (KOP) var et "spleiselag" mellom offentlige og private aktører i bydelen. Bjørvika Kultur og Næring (BKN), som var en midletidig forening, skulle være et bindeledd mellom kultur- og næringsaktører og få dem til å samarbeide rundt temporære (midlertidige) kulturarrangementer og i profileringen av Bjørvika. Bjørvika Utvikling AS (BU) overtok denne rollen i 2003, samtidig som de tok over hovedansvaret for oppfølgingen av KOP etter Oslo kommune. Dette er bakgrunnen for oppgavens tredje og siste problemstilling; *hvilke utfordringer kan oppstå med å implementere en bred kulturstrategi i et offentlig-privat samarbeid i utviklingen av Bjørvika?*

De involverte aktørene i utviklingen av Bjørvika er enige om å samarbeide for å skape en levende bydel med et mangfoldig kulturtilbud. KOP skal fungere som et samlende element rundt denne visjonen. Det kommer frem av undersøkelsen min at en utfordring med å implementere en bred kulturstrategi i et offentlig-privat samarbeid, er den avtakende interessen for temporære kulturarrangementer, og for oppfølgingen av KOP blant de private aktørene. En informant fra Plan- og bygningsetaten (PBE) mener mye av årsaken ligger i at de private aktørene ikke ser nytten av det, fordi området har vært under utbygging. De private utbyggerne virker da mer interessert i fremtidige permanente kulturinstitusjoner og kulturarrangementer som gallerier, museer og musikkfestivaler. For at det skal være mulig å implementere en bred kulturstrategi tidlig i prosessen, er det viktig at både temporære og permanente kulturarrangementer prioriteres. En vellykket kulturstrategi i Bjørvika krever at det finnes en felles forankring rundt begge formene for kulturarrangementer.

En annen utfordring med et samarbeid mellom offentlige og private aktører rundt en bred kulturstrategi, er ulikheten i forståelsen av hva kunst og kultur skal tjene til. Det kommer

frem av mine intervjuer at planleggeren fra PBE, representanten (H) fra byråd for kultur og utdanning og representant (H) fra byråd for byutvikling, er særlig opptatt av at kunst og kultur har en egenverdi. Videre var det også viktig for dem at tilbudet blir tilgjengelig for byens innbyggere. Informanten fra BU la også stor vekt på kunstens og kulturens egenverdi, selv om selskapet skal tjene penger på å utvikle den nye bydelen. OSU og HAV var også opptatt av kunstens og kulturens egenverdi, men de la i tillegg vekt på nytteverdien i form av hvor attraktiv Bjørvika ville bli for investorer, bedrifter og beboere. Dette har nok en sammenheng med at det hovedsakelig er kontorer og boliger disse aktørene skal utvikle.

For det tredje er det knyttet utfordringer til at private aktører ikke alltid tenker langsiktig på byutvikling. Å overlate store deler av ansvaret for utbyggingen av Bjørvika til private aktører med et bedriftsøkonomisk perspektiv, kan gå ut over etableringen av et mangfoldig kulturtilbud, som er en langvarig strategi. Problemet med å overlate de langsiktige strategiene til OSU og HAV, er at deres interesse for kunst og kultur kan skifte med konjunktursvingninger i økonomien. De vil kunne prioritere kulturinstitusjoner som kan betale en høy leie. Jeg har derfor stilt spørsmålsteget ved hvorvidt de private aktørene representerer kontinuitet. Det er ikke umulig at det Black Box Theatre opplevde på Aker Brygge, da Linstow eiendom AS ikke lenger synes det var hensiktsmessig å sponse teateret med billig husleie, også vil kunne skje i Bjørvika.

En fjerde utfordring med å implementere en bred kulturstrategi i offentlig-privat samarbeid er knyttet til en svekket offentlig styring. Som et resultat av en stadig mer markedsstyrt byutvikling, fremhever spesielt min informant fra Arkitektnytt, Plan- og bygningsetatens svekkede rolle. Han trekker frem reguleringsplanen i Bjørvika og mener den er altfor fleksibel, noe han hevder fører til at grunneierne får fritt spillerom. Oslo kommune er i prinsippet den aktøren i utviklingen av Bjørvika som kan ivareta kontinuitet og langsiktighet i etableringen av en ny kulturbydel i Oslo. På den ene siden kan et tettere samarbeid med private aktører føre til at Oslo kommunes muligheter til å føre en helhetlig politikk og planlegging reduseres. På den andre siden er også Oslo kommune avhengig av de private aktørene for finansiering og fremdrift i utviklingen. Dersom ikke kulturdimensjonen følges opp av både de offentlige og private aktørene, kan det føre til at kulturprofilens troverdighet, i merkevaren Bjørvika, blir svekket. Jeg har hevdet at partnerskapet mellom offentlige og private aktører om en bred kulturstrategi er et tveegget sverd. Dette er fordi partnerskapet er

avgjørende for at den nye bydelen skal vokse frem, men blir en utfordring siden de private eiendomsutviklingsselskapene tenker byutvikling og kulturplanlegging utifra et bedriftsøkonomisk perspektiv.

Det er en stor tro blant alle informantene om at operaen skal fungere som en motor for økonomisk vekst, og i videre utvikling av Bjørvika. Men troen på at man skal klare å skape et mangfoldig kulturtilbud som favner bredt nok til å inkludere hele byens befolkning, er flere informanter tvilende til. Bakgrunnen for skepsisen ligger i at utviklingen i Bjørvika i stor grad er styrt av private eiendomsutviklere med et bedriftsøkonomisk perspektiv på utviklingen. Dette kan begrense hvor bredt de private aktørene vil satse når det gjelder ulike kulturuttrykk.

8.4 Hva kan man lære av kultursatsingen i Bjørvika hittil?

Det er viktig å huske på at kultursatsingen i Bjørvika ikke er en avsluttet prosess. Det kan være fruktbart å løfte blikket og forsøke å lære noe av prosessen så langt. Dersom man skal sette Bjørvika-caset inn i en større sammenheng, kan kulturstrategien i Bjørvika sies å være et eksempel på en fyrtårnstrategi. Den Norske Opera & Ballett skal fungere som en motor for videre utvikling av bydelen. Dette innebærer at operaen som kulturinstitusjon skal tiltrekke ulike aktører, både innen kultursektoren, næringslivet og servicesektoren som kan danne et grunnlag for et levende byliv i Bjørvika. Videre er det et ønske om at disse investeringene skal skape positive ringvirkninger innad i regionen i form av å skape arbeidsplasser, boliger og å gjøre sjøfronten mer tilgjengelig for byens og regionens innbyggere. Det er likevel ikke sikkert man oppnår dette resultatet ved å satse på operaen som fyrtårn i Bjørvika. Det som er faren ved å kopiere andre byers suksess, er at denne suksessen er kontekstavhengig. For å se til et annet case, er det på den ene siden ikke sikkert at Bjørvika vil oppleve den samme suksessen med en fyrtårnstrategi som for eksempel Bilbao. På den andre siden behøver ikke Bjørvika oppleve de samme problemene Bilbao har opplevd. Fordi en bys suksess med en fyrtårnstrategi er kontekstavhengig, kan man ikke generalisere funn fra et case til et annet case med en egen kontekst. Man kan imidlertid lære noe om hvorfor og hvordan byer har tatt i bruk kulturstrategier, og på hvilket grunnlag de lykkes eller ikke. Det samme kan være mulig å gjøre med utarbeidelsen og oppfølgingen av kultursatsingen i Bjørvika.

Et hovedpoeng i min oppgave er at det må finnes en klar forståelse av kulturstrategiens innhold. Dersom ikke innholdet er tydelig, kan det føre til utfordringer med å forankre kulturstrategier hos aktørene, og i forlengelse av dette kan det bli problemer med å oppnå målsettingen om et mangfoldig kulturtilbud. Derfor er det viktig at aktørene møtes for å diskutere denne, og være åpne med hverandre om hvilke agendaer man har med en kultursatsing i Bjørvika.

Det kommer frem av undersøkelsen min at informantene mener imagebygging og markedsføring ikke prioriteres godt nok i Bjørvika. Kulturstrategien i Bjørvika er ikke unik internasjonalt, og et kulturimage bestående av samlokalisering av tunge kulturinstitusjoner er ikke unikt i større sammenheng. Derfor er det viktig at den nye bydelen og Oslo også profileres med de unike kvalitetene som byen innehar. Det som er unikt er omgivelsene dette skal ligge i. Når gondolbanen kommer, vil byens innbyggere og turister på kort tid kunne bli fraktet fra byen og opp til naturområder. Derav mottoet: "The blue and the green, and the city inbetween". Som en representant (H) fra byråd for byutvikling sa, er det på tide å fokusere litt mer på "the city inbetween". Dette vil kunne styrke Bjørvika innad i byen, men også sette Oslo på verdenskartet.

Utfordringene med å implementere en bred kultursatsing i Bjørvika, kan andre lignende case trekke lærdommer fra. Selv om de offentlige myndighetene i Oslo har begrenset med økonomiske midler, og dermed er avhengig av finansiell støtte fra private aktører i Bjørvika, er det viktig at de offentlige myndighetene engasjerer seg i å følge opp målsettingen om en bred kultursatsing. Dette er viktig fordi de offentlige og de private aktørene har ulike agendaer for kultursatsingen i Bjørvika. Denne konteksten kan lede til spørsmål som; er det ønskelig med en sterkere offentlig styring for å sikre ivaretagelsen av kulturdimensjonen tidlig i utbyggingsperioden? Hva kan det offentlige her gjøre, og hvilke virkemidler har de? Det er politikerne som godkjenner kommuneplaner, reguleringsplaner og bebyggelsesplaner, men innholdet i funksjonene, kan politikerne ikke bestemme. For eksempel kan politikere bestemme at det skal bli "allmennyttige formål" i 1. etasje i næringsbyggene. Hvilke konkrete formål dette skal være kan imidlertid ikke politikerne avgjøre. Det blir opp til eierne å bestemme. Dersom det offentlige skal få mer kontroll, må det også foreligge en politisk vilje for dette. Oslo kommune kan for eksempel kjøpe opp lokaler i Bjørvika. Disse kan kommunen leie ut til kulturarrangementer som vil fremme et mangfoldig kulturtilbud. Et

annet virkemiddel Oslo kommune kan iverksette er å subsidiere leie til både permanente og midlertidige kulturarrangementer. Videre er det også viktig at grunneierne opplyses om hvilken effekt et bredt kulturtilbud kan ha for den videre utviklingen av bydelen. På denne måten kan det i større grad sikres et mangfoldig kulturtilbud.

Det er lett å påpeke forhold som kan skape utfordringer i en pågående prosess. Den nye bydelen er ikke ferdig utbygd, og det er fortsatt muligheter til å videreutvikle kulturstrategiene for å sikre et mangfoldig kulturtilbud. De politikerne, planleggerne og eiendomsutviklerne jeg har snakket med er viktige pådrivere for utviklingen. Jeg har påpekt mange utfordringer med å satse på kultur som strategi for utvikling i Bjørvika. Likevel ligger det et stort potensiale i kulturstrategien. Det er fullt mulig at man klarer å legge til rette for et levende byliv i Bjørvika. Det legges store ambisjoner i dette. Videre er det også mulig å etablere et mangfoldig kulturliv. Dette vil da i større grad kreve at de private eiendomsutviklerne og fremtidige leietakere investerer i kulturtilbud som spenner bredt fra fin-, til subkultur. Med et større fokus på hva kulturtilbudet i Bjørvika konkret skal inneholde fremover, og ved at det tas hensyn til både kommersielle og ikke-kommersielle tilbud, kan Bjørvika bli en levende og spennende bydel for hele Oslos befolkning, turister og eksterne investorer.

9. Litteratur

- Andersen, I. L, Andersen, P.B, Enggrav, A, Hovdhaugen, U. og Jensen, S. K (2002): *Kulturen i en ubygde by. En evaluering av kulturoppfølgingsprogram for Bjørvika*. Humanistisk prosjektsemester, Universitetet i Oslo.
- Arbo, P. (2002): Partnerskap – den nye universalløsningen? *Plan* nr, 6, 2002, ss. 4-11.
- Balkøy, M. H. (2004): Kulturoppfølgingsprogram som virkemiddel for by- og stedsutvikling. *Plan* nr. 4, 2004, ss. 8-13.
- Bassett, K., Griffiths, R. og Smith, I. (2002): Testing Governance: Partnerships, Planning and Conflict in Waterfront Regeneration. *Urban Studies*, vol. 39, nr. 10, ss. 1757-1775.
- Bayliss, D. (2004): Denmark's Creative Potential. The role of culture within Danish urban development strategies. *International Journal of Cultural Policy*, vol. 10, nr. 1, ss.5-29.
- Bergsli, H. (2005): Entreprenørpolitikk og byutvikling. Byutvikling og globale trender. I Aspen, J. (red): *By og byliv i endring. Studier av byrom og handlingsrom i Oslo 2005*. Scandinavian Academic Press, Oslo, ss. 8-118.
- Bianchini, F. og Parkinson, M. (1993): *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*. Manchester University Press, Manchester.
- Bianchini, F. (1993): Remaking European cities: the role of cultural policies. I Bianchini, F. og Parkinson, M. 1993: *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*. Manchester University Press, Manchester, ss.1-21.
- Bowitz, E. og Høegh, J. (2005): Bytransformasjon – mister kommunene grepet eller gir de det fra seg? I Fimreite, A. L. og Medalen, T. (red): *Governance i norske byer. Mellom offentlig styring og privat initiativ*. Spartacus Forlag, Fagernes, ss. 35-65.
- Denzin, N.K. og Lincoln, Y. S. (1994): *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks Sage, California.
- Evans, G. (2001): *Cultural Planning. An urban renaissance?* Routledge, London og New York.
- Fimreite, A. L og Medalen, T. (red.) (2005): *Governance i norske byer. Mellom offentlig styring og privat initiativ*. Spartacus Forlag, Fagernes.
- Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books, New York.

-
- Garcia, B. 2005: Deconstructing the City of Culture. Long-term Cultural Legacies of Glasgow 1990, i *Urban Studies*, vol. 42, nr. 5/6, ss. 841-868.
- Gran, A. B. og De Paoli, D. (2005): *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*. Pax Forlag AS, Oslo.
- Gran, A.B. og Hovind, A. B. (2003): Bjørvika Kultur og Næring – et kreativt samarbeid om byutvikling. Rapport utlagt på www.kryss.no.
- Gold, J.R. og Ward, S.V. (1994): *Place Promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions*. John Wiley and sons, West Sussex.
- Gomm, R., Hammersley, M. og Foster, P. (2007): *Case Study Method. Key Issues, Key Texts*. SAGE Publications, London.
- Hall, T. og Hubbard, P. (1998): *The Entrepreneurial City. Geographies of politics, regime and representation*. John Wiley and sons, West Sussex.
- Harvey, D. (1989): From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler*, vol 71, nr. 1, ss. 3-17.
- Harvey, D. (1993): From Space to place and back again: Reflections on the condition of postmodernity. I Bird, J. (red): *Mapping the future. Local cultures, global change*. Routledge, London, ss.3-29.
- Holcomb, B.: Revisioning Place: De- and Re- constructing the Image of the Industrial City. I Kearns, G. og Philo, C. (red) (1993): *Selling Places. The City as Cultural Capital, Past and Present*. Pergamon Press, Oxford, ss. 133-144.
- Hubbard, P. (1996): Urban Design and City Regeneration: Social Representations of Entrepreneurial Landscapes. *Urban Studies*, vol. 33, nr. 8, ss. 1441-1461.
- Imrie og Raco, M. (1999): How New is the New Local Governance? Lessons from the United Kingdom. *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 24, nr. 1, ss. 45-63.
- Jessop, B. (1998): Ch. 4: The Narrative of Enterprise and the Enterprise of Narrative: Place Marketing and the Entrepreneurial City. I Hall, T. og Hubbard, P. (red.): *The Entrepreneurial City. Geographies of Politics, Regime and Representation*. John Wiley and Sons Ltd., West Sussex, ss. 77-99.
- Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet (2001): *Tango for to: Samarbeid mellom kulturliv og næringsliv*. Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet.
- Kvale, S. (2008): *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Norsk Forlag AS, Oslo.
- Landry, A. (2006): *The Art of City Making*. Earthscan, London.
- Leitner, H. og Sheppard, E. (1998): Ch. 14: Economic uncertainty, inter-urban competition

-
- and the efficacy of entrepreneurialism. I Hall, T. og Hubbard, P. (red.): *The entrepreneurial city: Geographies of politics, regime and representation*. John Wiley and sons Ltd., West Sussex, ss. 285-307.
- Lees, L. (2003): The Ambivalence of Diversity and the Politics of Urban Renaissance. The Case of Youth in Downtown Portland, Maine. I *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 27, nr. 3, 613-634.
- Mangset, P. (1992): *Kulturliv og forvaltning: En innføring i kulturpolitikk*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Mitchell, D. (2003): *The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space*. The Guilford Press, New York.
- Nergaard, E. (2006): *Kulturplanlegging i Bjørvika: Mellom stat og marked. En analyse av prosessen rundt oppfølging av kulturprogram for Bjørvika*. Universitetet i Oslo.
- Oslo kommune (1997): *Fjordby eller havneby? Utredninger om Oslos havne- og sjøside*. Plan- og bygningsetaten, Oslo kommune.
- Oslo kommune (2001a): Bystyresak nr. 408/01. *Prinsippavtale om dannelse av eiendomsselskapet for Bjørvikaområdet mellom staten, Oslo kommune, ROM eiendomsutvikling AS og Oslo S Utvikling AS*. Oslo kommune.
- Oslo kommune (2001b): Bystyresak nr. 536/01: *Byutvikling i Bjørvika – Bispevika. Grunnlag for videre planarbeid*. Oslo kommune.
- Oslo kommune (2003a): *Reguleringsplan S-4099: Reguleringsbestemmelser for Bjørvika-Bispevika-Lohavn*. Plan- og bygningsetaten, Oslo kommune.
- Oslo kommune (2003b): *Bærekraft i Bjørvika: Kulturoppfølgingsprogram (KOP)*. Plan- og bygningsetaten et al., Oslo kommune.
- Oslo kommune og Bjørvika Utvikling AS (2004): *Byrom i Bjørvika: Åpen ide- og prosjektkonkurranse*, Oslo kommune.
- Philo, C. og Kearns, G. (red) (1993): *Selling Places: the City as Cultural Capital, Past and Present*. Pergamon, Oxford.
- Porter, M.E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York.
- Rhodes, R. A. W. (1996): The New Governance: Governing without Government. *Political Studies*, vol. 44, nr. 4, ss. 652-667.
- Reich, R. B. (2000): *The Future of Success: Working and Living in the New Economy*. Random House, Inc., New York.
- Røyseng, S. og Solhjell, D. (2004): *Kultur, politikk og forskning. Festskrift til Per Mangset på 60-års dagen*. Telemarksforskning, Bø i Telemark.

-
- Schoenberger, E. (1991): The corporate interview as a research methode in economic geography. *Professional geographer*, vol. 43, nr. 2, ss.180-189.
- Skogheim, R. og Røe, P. G. (2003): Makt og meningsdannelse i byutvikling. *Nordisk Arkitekturforskning* 2003, nr. 3, ss. 35-43.
- Skogheim, R. (2006): Kulturbasert by- og stedsutvikling: hvorfor og hvordan? *Plan*, nr. 1, 2006, ss. 46-51.
- Statsbygg (2005): *Veileder: Kulturplanlegging i norske byer og tettsteder*. Statsbygg, Oslo.
- Plaza, B. (2006): The Return to Investment of the Guggenheim Museum Bilbao. I *International Journal of Urban and Regional Research* vol.30 nr.2, ss. 452-467.
- Zukin, S. (1982): *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. John Hopkins University Press, Baltimore
- Zukin, S (1995): *The Cultures of Cities*. Blackwell, Oxford.
- Yin, Robert K. (2003): *Case Study Research. Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks.

Vedlegg 1: Eksempel på intervjuguide

Innledning: Kort presentasjon av meg og mitt prosjekt, deretter presentasjon av informanten og hennes/hans rolle i planleggingen og utviklingen Bjørvika.

1.1 Byplanlegging

1. Hva mener du er god byplanlegging, hva bør god planlegging inneholde? Generelt.
2. Hvilke av disse kvalitetene ser du igjen i Bjørvika? Hva ønsker du mer av?
3. Hvilke ser du eventuelt ikke igjen?
4. Er dette innovativ byplanlegging i norsk kontekst?

1.2 Kulturpolitikk/kulturplanlegging

1. Kan du nevne noen sentrale trekk ved kulturpolitikken i Bjørvika? Hva mener du om reguleringsplanen?
2. Hvilke samfunnsmessige mål har dere med kulturpolitikken?
3. Blir kultur brukt som en strategi for byutvikling i Bjørvika?
4. Reguleringsplanen for Bjørvika inkluderer en designhåndbok, et kulturoppfølgingsprogram og et miljøoppfølgingsprogram. Kan du fortelle litt om de temaheftene dere har utviklet i forbindelse med utformingen av de 7 allmenningene?

1.3 Samlokalisering

1. Hva synes du om samlokaliseringen av Munch/Stenersen og Deichman ved siden av operaen?
2. Er dette god kulturpolitikk? Hvorfor/hvorfor ikke?
3. Hva representerer Deichman i dette området? Et grep for sosialt mangfold?
4. Sjøfrontsutvikling, såkalte Waterfront prosjekter hvor man åpner opp gamle industritomter for næring, boliger og kultur, blir stadig mer vanlig i f. eks større europeiske

byer. Hvilke muligheter ligger i Oslos sjøfront?

5. Er et slikt prosjekt risikabelt i disse ”finanskrise” tider? Hvordan/hvorfor?

1.4 Arkitektur. Estetiseringen av offentlig rom

1. Hvor viktig blir arkitektur i konstruksjonen av en ny bydel i Bjørvika? Da i forhold til
2. Hvilke type arkitektur strategier må til for å skape ”liv mellom husene”? En levende bydel?
3. Med den sammensetningen av boliger, næringsliv, kultur og åpne allmenninger som vil komme i Bjørvika, tror du det vil bli et levende miljø her? Hva er utfordringene?
4. Hvem tror du Bjørvika kommer til å bli et sted for?

2. Stedsmarkedsføring og imagebygging

1. Hvilket image/profil mener du Bjørvika bør satse på?
2. Hvordan kan disse kulturinstitusjonene bidra til imagebygging? Og til stedsmarkedsføring?
3. Er det en fare for at imagebygging i Bjørvika kommer til å handle mer om retorikk og image, fremfor virkelighet?
4. Hvordan mener du Bjørvika bør markedsføre seg? På hvilke arenaer?

3. Governance-prosesser

1. By - og stedsutviklingsprosesser består av mange involverte parter og aktører med ulike interesser. Hvordan vil du karakterisere planprosessen i Bjørvika? Fremmer eller hindrer det offentlig-private samarbeidet en god utvikling?
2. Hvilke interesser og aktører mener du påvirker Bjørvika mest?
3. Blir visjonen om en kulturelt mangfoldig bydel problematisk å gjennomføre? Levende bydel?

4. Annet:

1. Noe mer du har lyst å legge til, eller understreke?
2. Noen andre du vil anbefale meg å snakke med?